



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y
GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MICROEMPRESA DEL
SECTOR SERVICIO, CASO: POLLERÍA SAN FELIPE BRASA,
HUÁNUCO, 2022**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTORA:
ESPINOZA PONCE, SHEILA MELANNY DEYNA
ORCID: 0000-0002-7220-0576**

**ASESOR:
CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS
ORCID: 0000-0002-6399-5928**

CAÑETE, PERÚ

2023



FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

ACTA N° 0189-061-2023 DE SUSTENTACIÓN DEL INFORME DE TESIS

En la Ciudad de **Chimbote** Siendo las **17:45** horas del día **25** de **Junio** del **2023** y estando lo dispuesto en el Reglamento de Investigación (Versión Vigente) ULADECH-CATÓLICA en su Artículo 34º, los miembros del Jurado de Investigación de tesis de la Escuela Profesional de **ADMINISTRACIÓN**, conformado por:

LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL Presidente
ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA Miembro
LLENQUE TUME SANTOS FELIPE Miembro
Dr. CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS Asesor

Se reunieron para evaluar la sustentación del informe de tesis: **PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MICROEMPRESA DEL SECTOR SERVICIO, CASO: POLLERÍA SAN FELIPE BRASA, HUÁNUCO, 2022**

Presentada Por :
(4811121027) **ESPINOZA PONCE SHEILA MELANNY DEYNA**

Luego de la presentación del autor(a) y las deliberaciones, el Jurado de Investigación acordó: **APROBAR** por **UNANIMIDAD**, la tesis, con el calificativo de **17**, quedando expedito/a el/la Bachiller para optar el TITULO PROFESIONAL de **Licenciada en Administración**.

Los miembros del Jurado de Investigación firman a continuación dando fe de las conclusiones del acta:

LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL
Presidente

ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA
Miembro

LLENQUE TUME SANTOS FELIPE
Miembro

Dr. CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS
Asesor



CONSTANCIA DE EVALUACIÓN DE ORIGINALIDAD

La responsable de la Unidad de Integridad Científica, ha monitorizado la evaluación de la originalidad de la tesis titulada: PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y GESTION DE CALIDAD DE LA MICROEMPRESA DEL SECTOR SERVICIO, CASO: POLLERIA SAN FELIPE BRASA, HUANUCO, 2022 Del (de la) estudiante ESPINOZA PONCE SHEILA MELANNY DEYNA , asesorado por CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS se ha revisado y constató que la investigación tiene un índice de similitud de 8% según el reporte de originalidad del programa Turnitin.

Por lo tanto, dichas coincidencias detectadas no constituyen plagio y la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Cabe resaltar que el turnitin brinda información referencial sobre el porcentaje de similitud, más no es objeto oficial para determinar copia o plagio, si sucediera toda la responsabilidad recaerá en el estudiante.

Chimbote, 03 de Agosto del 2023

Mg. Roxana Torres Guzmán
Responsable de Integridad Científica

Presidente

LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL

ORCID ID 0000 0002 7575 3571

Miembro

ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA

ORCID ID 0000 0001 6079 2319

Miembro

LENQUE TUME SANTOS FELIPE

ORCID ID 0000 0001 9140 3451

DEDICATORIA

A Dios, por su apoyo incondicional espiritualmente, quién supo guiarme por el buen camino brindándome la sabiduría y coraje para seguir logrando mis metas.

A mis padres por el apoyo incondicional que brindaron, a Melina pues ella fue el principal cimiento para la construcción de mi vida profesional, sentó en mis las bases de responsabilidad y deseos de superación, en ella tengo el espejo en el cual me quiero reflejar pues sus virtudes infinitas y su gran corazón me llevan a admirarla cada día más.

Al Dr. Pedro Pablo Peláez Sánchez por su apoyo y orientación en el desarrollo de la tesis.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad por la educación brindada durante estos años de educación universitario, que hoy han logrado volverme una profesional. Así como también a cada uno de mis docentes que con esfuerzo y esmero guiaron mis pasos dentro de la universidad.

Señora María del Rosario Cerazo Llancari
gerente de la microempresa Pollería San Felipe
Brasa por darme la confianza y brindarme los
alcances necesarios para la realización de este
proyecto de investigación.

Índice General

Caratula	I
Jurado.....	II
Dedicatoria.....	III
Agradecimiento.....	IV
Índice general.....	V
Lista de tablas.....	VII
Lista de Figuras.....	VIII
Resumen (español).....	IX
Abstract (ingles).....	X
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	11
II. MARCO TEÓRICO	14
2.1. Antecedentes	14
2.2. Bases teóricas de la investigación:.....	24
2.3. Hipótesis	40
III. Metodología.....	41
3.1. Diseño de la investigación	41
3.2. Población y muestra.....	41
3.3. Definición y operacionalización de las variables e indicadores	43
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	45
3.5. Plan de análisis.....	45
3.6. Principios éticos	45
IV. RESULTADOS.....	47

4.1. Resultados	38
4.2. Discusión	41
V. CONCLUSIONES.....	57
VI. RECOMENDACIONES	58
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	59
ANEXOS	62
Anexo 1 Matriz de consistencia.....	62
Anexo 2 Instrumento de recolección de datos	52
Anexo 3 Validación de expertos.....	54
Anexo 4 Prueba de confiabilidad del instrumento.....	63
Anexo 5 Consentimiento Informado.....	66

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Características de la atención al cliente en la empresa pollería San Felipe Brasa, Huánuco 2022</i>	38
Tabla 2 <i>Características de la gestión de calidad en la empresa pollería San Felipe Brasa, Huánuco 2022</i>	40
Tabla 3 <i>Propuesta de mejora de la atención al cliente en la gestión de calidad en la empresa pollería San Felipe Brasa, Huánuco 2022</i>	42

Lista de Figuras

- Figura 1. *Características de la gestión de calidad en la empresa pollería San Felipe Brasa, Huánuco 2022.* 39
- Figura 2. *Características de la gestión de calidad en la empresa pollería San Felipe Brasa, Huánuco 2022.* 41

RESUMEN

El objetivo principal del presente informe es proponer mejoras en el servicio al cliente y la gestión de calidad en microempresas de servicios, utilizando como caso de estudio la Pollería San Felipe Brasa en Huánuco en el año 2022. Los objetivos detallados consistían en identificar las características específicas del servicio al cliente y la gestión de calidad en microempresas del sector servicios, centrándose en el caso de la Pollería San Felipe Brasa en Huánuco en el año 2022, y ofrecer recomendaciones de mejora para este negocio. Se empleó un enfoque no experimental, descriptivo y transversal. Para recopilar los datos, se seleccionó una muestra de 6 empleados para la primera variable y 35 clientes para la segunda. Se utilizó un cuestionario de 20 preguntas utilizando la técnica de encuesta y la escala Likert. Los resultados revelaron que el 43% de los clientes casi siempre obtienen información completa y detallada sobre los productos que compran en el restaurante, y que el 66.67% de las veces la empresa logra satisfacer a sus clientes. La conclusión del análisis es que en general, la Pollería San Felipe Brasa ofrece un servicio al cliente adecuado. Sin embargo, muchos clientes sugieren la implementación de estrategias para aumentar la clientela y promover actividades que ofrezcan beneficios. De esta manera, el negocio podría obtener una ventaja competitiva sólida y garantizar su supervivencia organizativa.

Palabras clave: Cliente, Enfoque, Liderazgo, Participación de los trabajadores.

ABSTRACT

The main objective of this report is to propose improvements in customer service and quality management in service microenterprises, using the Pollería San Felipe Brasa in Huánuco in 2022 as a case study. The detailed objectives consisted of identifying the specific characteristics of customer service and quality management in micro-enterprises in the service sector, focusing on the case of Pollería San Felipe Brasa in Huánuco in 2022, and offering recommendations for improvement for this business. A non-experimental, descriptive and cross-sectional approach was used. To collect the data, a sample of 6 employees was selected for the first variable and 35 clients for the second. A 20-question questionnaire was used using the survey technique and the Likert scale. The results revealed that 43% of customers almost always obtain complete and detailed information about the products they buy in the restaurant, and that 66.67% of the time the company manages to satisfy its customers. The conclusion of the analysis is that in general, Pollería San Felipe Brasa offers adequate customer service. However, many clients suggest implementing strategies to increase clientele and promote activities that offer benefits. In this way, the business could gain a solid competitive advantage and ensure its organizational survival.

Keywords: Customer, Approach, Leadership, Worker Participation.

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En una microempresa, la dificultad radica en encontrar personal adecuado para la atención al cliente. La falta de capacitación de los empleados, especialmente aquellos sin experiencia previa o jóvenes, genera perjuicios y pérdida de clientes. Una solución consiste en implementar capacitaciones internas y establecer una estructura organizativa sólida que se refleje en todas las actividades relacionadas con el cliente, buscando satisfacer sus expectativas y fomentar la fidelidad.

En Chile, se realizó el estudio de 1.992.578 Micro emprendedores, siendo el 52% informales y el 47.8% formales; la mayoría no genera actividades en el servicio de impuesto, no tienen ningún tipo de registro contable (Gerónimo, 2019).

En Brasil, existe una preocupación acerca de la falta de preparación de los emprendedores para ofrecer una atención al cliente de calidad, lo cual limita su crecimiento y desarrollo en sus actividades comerciales. En el panorama económico de las microempresas, es común que empiecen pequeñas y se mantengan en ese tamaño debido a la falta de innovación y la ausencia de una gestión de calidad en sus procesos laborales (Rojas, 2017).

En el mismo sentido, Sánchez (2018) indica que, a nivel latinoamericano, las MYPE debido a la cantidad, y su nivel de atención al cliente, representan un elemento clave en el desarrollo social, crecimiento económico y generación de empleos. En los países latinoamericanos, la gran mayoría de empresas se agrupan dentro del sector MYPE, donde los conceptos pueden variar ya que solo depende de la legislación del país, en lo que refiere a tamaño y cantidad de ingresos. Se puede evidenciar que, en países como Brasil, Colombia; el 99% del sector empresarial se concibe como MYPE; en los diversos países latinoamericanos, la gran mayoría de empresas se agrupan dentro del sector MYPE, la conceptualización puede cambiar ya que depende de la legislación del país, en lo referente a tamaño y cantidad de ingresos; se evidencia que, en países como Brasil y Colombia, el 99% del sector empresarial coincide como MYPE.

En Lima existen diversas Microempresas donde por su mayoría se dedican al negocio de pollerías, donde concentran el 35% del total de asalariados de la microempresa, en tanto, las demás ciudades urbanas del país concentraron el 36%. Las dificultades que se somete esta organización se ven reflejadas es decir que no trabaja la situación productiva; que es el común denominador de las MYPES en el Perú, la cual no realizan monitoreos para supervisar el control de cómo se

organiza en el entorno que se enfrentan (Ramos y Bazalar, 2020).

De acuerdo con el INEI (2018), se realizó un estudio en el que se incluyeron empresas de diferentes tamaños que llevaron a cabo actividades económicas. Este estudio reveló un notable aumento en la utilización de computadoras: de 75,798 empresas, el 94.9% usaba computadoras y el 91.8% contaba con servicio de internet. Este crecimiento en el uso de la tecnología ha impulsado la proliferación de tiendas de equipos informáticos, muchas de las cuales se esfuerzan por ofrecer ofertas, variar su servicio al cliente e innovar en sus propuestas de venta.

En Huánuco se halló que existen muchas microempresas dónde la mayoría o la totalidad de los trabajadores en este sector no reciben ninguna capacitación en temas de atención al cliente, siendo también un área y posición fundamental para el éxito de la organización; en la cual la mayoría de los personales no tienen experiencia laboral, por lo que fueron ganando la confianza del día a día en su labor y solo han progresado mediante los años de experiencia (Fabian, 2020).

Ante lo mencionado anteriormente se planteó como enunciado ¿Cuál es la propuesta de mejora de atención al cliente y la gestión de calidad de la microempresa del sector servicio?, caso: Pollería San Felipe Brasa, Huánuco 2022. Es por esto que la investigación tuvo como objetivo general: Identificar la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de la micro empresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa, Huánuco 2022 y se han planteado los siguientes objetivos específicos: Determinar las características de la atención al cliente en la micro empresas del sector servicio caso Pollería San Felipe Brasa, Huánuco, 2022, determinar las características de la gestión de calidad en la micro empresas del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa, Huánuco, 2022 y describir la propuesta de mejora en la micro empresas del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa, Huánuco, 2022.

Se justifica este trabajo de forma teórica porque permitirá determinar conocimientos en los factores como la atención al cliente en MYPES la cual conlleva a tener mejores resultados en el crecimiento y desarrollo; y así puedan compartir y ayudar a investigadores relacionados (Hernández et al., 2017).

De mismo modo se justifica de modo práctico porque nos permitirá conocer e identificar respecto a la investigación planteada propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de la microempresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa, Huánuco, 2022 (Hernández et al., 2017).

Y se justifica metodológicamente porque se emplearon instrumentos y materiales que se utilizaron para una recolección de datos para la investigación en la pollería, el diseño utilizado fue no experimental, de tipo descriptivo y transversal, para obtener la información se utilizó una muestra de 6 trabajadores para la primera variables y 35 clientes para la segunda, a quienes se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas, utilizando la escala Likert con la encuesta como técnica.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes internacionales

García (2018) En su tesis “*Diseño del Sistema de Gestión de Calidad Bajo la Norma ISO 9001:2015 al Supermercado Rapifácil de Bogotá. De la Universidad de la Salle Bogotá*”. Siendo el objetivo general: Realizar el diseño del sistema de gestión de calidad bajo la norma ISO 9001:2015 al Supermercado Rapifácil de Bogotá. Se empleó la metodología descriptiva. Obteniendo como muestra a 15 diagnóstico realizado se evidencia la necesidad de implementar un SGC que ayude a mejorar los puntos débiles de la organización. Como resultado inicial del estado actual de la empresa frente al cumplimiento de los requisitos de la norma internacional, también se determinaron las condiciones externas e internas que pueden llegar a afectar los resultados previstos para el sistema de gestión de la calidad. Posteriormente, se determinan los puntos críticos de control para el proceso operacional de la Charcutería, evidenciando que la materia prima de pescados y mariscos crudos es la más susceptible a presentar peligros en la manipulación. Siendo sus principales conclusiones: Se ha creado el manual de calidad especificando los objetivos y políticas de calidad, los procesos con sus respectivas caracterizaciones, y cada uno de los documentos que soportan la actividad de la empresa y el cumplimiento con la norma ISO 9001:2015.

Vega (2018) En su tesis” *Propuesta de Mejoramiento para la Gestión de calidad en Bodega de Materiales e Insumos para Impresoras de la Empresa Coplan*”. De la Universidad Andrés Bello de Chile. Siendo el Objetivo general: Diseñar una propuesta de mejora para la Gestión de almacenamiento y Stock de la empresa Coplan. Donde se empleó la metodología descriptiva. Como estudio nos brinda el alcance de este, involucra el estudio, análisis y propuesta de un diseño de mejoramiento. Comenzando con el análisis se estudian las causas que puedan estar generando una mala gestión, la cual, es representada a través del Diagrama de Ishikawa, luego se describieron las causas principales, arrojándonos los problemas más relevantes por intermedio del Diagrama de Pareto. Obteniendo como resultados estos productos representan el inventario, el cual es el principal activo para una empresa de comercio. Por ello, un sistema de gestión de almacenamiento supone un requerimiento estratégico para el buen funcionamiento de la empresa. Siendo sus

principales conclusiones: En el desarrollo del presente trabajo se ha observado que, mediante la creación de las propuestas planteadas para solucionar las causas de la situación de problema, realmente estamos mejorando el área de gestión de bodega. Es por ello en base a la detección de la problemática se logró planear y desarrollar una estrategia para la operación del almacén que permita el mejoramiento continuo de la solución de los problemas anteriormente mencionados.

Jijón (2018) En su tesis *“Propuesta de un modelo de Gestión en Calidad de Servicio, basado en la norma Internacional ISO 9001: 2008”*, En el caso de empresas que se dedican a la venta de productos de consumo masivo, tal como Almacenes la Rebaja, un estudio de la Universidad Internacional de Ecuador planteó como objetivo principal desarrollar un modelo de gestión de calidad de servicio basado en la norma ISO 9001:2008 para esta empresa. La investigación, de tipo descriptivo y explicativo, utilizó análisis y síntesis, junto con métodos de inducción y deducción. Se emplearon técnicas como entrevistas y observación directa para identificar la situación actual de la empresa y desarrollar la propuesta final.

El estudio reveló que la calidad del servicio en la empresa era deficiente, lo que había llevado a una disminución de las ventas en comparación con períodos anteriores. Las causas principales de los problemas de calidad del servicio incluyen la escasa formación del personal en atención al cliente y relaciones humanas, falta de motivación entre los empleados y la aparente falta de interés de la gerencia en invertir en soluciones adecuadas a los problemas presentes.

Las conclusiones del estudio enfatizan la necesidad de que las empresas con problemas similares busquen soluciones efectivas para mejorar la calidad del servicio, ya que los clientes modernos buscan no solo la calidad del producto, sino también un servicio de alta calidad al momento de realizar una compra.

Pacheco (2021) en su tesis *“Implementación de gestión de calidad aplicando la norma ISO 9001:2015 en la competitividad para mejorar la gestión administrativa de la Empresa Naylamp Ingenieros S.A.C”*; Este estudio se enfoca en una investigación aplicada de alcance correlacional, centrada en los procesos internos de la empresa. La información utilizada proviene de fuentes tanto primarias como secundarias. Su finalidad es establecer los parámetros para el diseño e implementación de un sistema de gestión de calidad en Naylamp Ingenieros S. A. C., una empresa consultora de ingeniería vial que enfrenta múltiples problemas administrativos que limitan su capacidad para expandir su cuota de mercado y hacen sus procesos menos eficientes.

El objetivo principal es implementar un sistema de gestión de calidad conforme a la norma internacional ISO 9001:2015 en la empresa consultora mencionada. Mediante esta implementación, se aspira a responder a las demandas de un entorno cambiante y competitivo, centrando los esfuerzos en los procesos organizativos.

La implementación del sistema de gestión de calidad se basa en el desarrollo de procedimientos para gestionar los recursos, documentar la información, operar, planificar, controlar y proporcionar el servicio, y también en la evaluación del rendimiento mediante el seguimiento y la medición del sistema dentro de un proceso de mejora continua, todo esto fundamentado en el ciclo de Deming.

López (2020) en su tesis *“Gestión de la calidad, propuesta de diseño para una competitividad que integra las normas internacionales ISO 21001:2018 e ISO 9001:2015. Caso: Unidad Educativa Montebello.”* El objetivo de este estudio es sugerir un modelo de gestión formal que permita a la Unidad Educativa Particular Montebello adoptar un sistema de gestión de calidad al nivel de las mejores prácticas internacionales. Para este fin, se empleó un enfoque cuantitativo y descriptivo-experimental.

La norma que se utilizó como referencia en esta investigación es la ISO 21001:2018, una guía para la calidad educativa establecida por la Organización Internacional de Normalización (ISO). Esta norma proporciona productos y servicios destinados a instituciones educativas capaces de cumplir con los requisitos en beneficio de sus estudiantes y otros beneficiarios. Esta norma, muy esperada por la comunidad educativa, se fundamenta en la norma de calidad ISO 9001:2015.

El principal objetivo es presentar una propuesta para diseñar un sistema de gestión de calidad educativa, que combine las normas internacionales ISO 21001:2018 e ISO 9001:2015, para la Unidad Educativa Montebello, localizada en el Valle de Los Chillos, provincia de Pichincha. Para analizar la situación, se empleó un método cualitativo de investigación que implicó la segmentación de la organización para evaluar su estado actual. En este caso de estudio, se utilizaron listas de verificación, el apoyo de un grupo focal y la contribución de informantes expertos, generalmente encargados de los diferentes procesos. El resultado obtenido fue el diseño de un sistema de gestión de calidad educativa.

Se aconseja que la norma ISO 21001:2018 se implemente en diversas organizaciones educativas, como escuelas, colegios y universidades. El sistema de gestión que esta norma propone

permite una organización integral, que abarca desde el análisis del cumplimiento de los requisitos de los estudiantes y otros beneficiarios, hasta la consideración de la organización y cada uno de sus procesos, culminando en la creación de un ciclo de mejora continua.

Pérez (2021) en su tesis *“Implementación de gestión de calidad aplicando la norma ISO 9001:2015 en la competitividad para mejorar la gestión administrativa de la Empresa Naylamp Ingenieros S.A.C”*; Esta investigación aplicada de alcance correlacional se centra en los procesos internos de la empresa Naylamp Ingenieros S. A. C., una consultora de ingeniería vial. Se basa en información obtenida de fuentes primarias y secundarias y tiene como objetivo diseñar e implementar un sistema de gestión de calidad acorde a la norma internacional ISO 9001:2015.

La empresa ha enfrentado varios desafíos administrativos que han disminuido su eficiencia en los procesos y limitado su capacidad para aumentar su cuota de mercado. La implementación del sistema de gestión de calidad tiene como objetivo abordar estos desafíos y responder a las demandas de un entorno empresarial en constante cambio y competitivo.

El enfoque propuesto se basa en la creación de procedimientos para administrar los recursos, documentar la información, llevar a cabo operaciones, planificar, controlar y proporcionar el servicio. El sistema de gestión de calidad que se propone se centra en mejorar estos aspectos de la empresa.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Bueno (2018) En su tesis *“Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurantes en la urb. 21 de abril, Chimbote, 2016”* Tiene como objetivo identificar las principales características de la gestión de la calidad del servicio al cliente en la micro y pequeña empresa, sector servicios, urbanización-sector hostelero 21 de abril, Chimbote, Ancash, Perú 2016. Los métodos utilizados en el estudio son descriptivos y de diseño. es no experimental – transversal. Utilizando una muestra de 8 micro y pequeñas empresas a las que se les aplicó un cuestionario de 22 preguntas se obtuvo los siguientes resultados. El 62,5% de los representantes tenían entre 31 y 50 años. Las mujeres y los hombres representaron el 50,0% cada uno. El 75,0% de los encuestados eran dueños o gerentes de restaurantes. El 62,5% de las micro y pequeñas empresas (restaurantes) tienen de 4 a 6 años de existencia. El 87,5% de los propietarios encuestados no trabajan con familiares. El 62,5% de los representantes desconocía el concepto de gestión de la calidad. El 62,5% utiliza la atención al cliente como herramienta de

gestión. El 75,0% de los representantes cree que la dificultad para implementar la gestión de la calidad radica en la incapacidad de adaptarse a los cambios. El 62,5% de los representantes de las mypes están convencidos de que la gestión de calidad ayuda a mejorar los resultados de sus negocios. El 62,5% de los representantes de mypes conocen la palabra atención al cliente. El 50,0% de las mypes utilizan la confianza como herramienta de atención al cliente. El 62,5% de los representantes consideró que la atención que brindaron fue buena. El 51% admite que la calidad de la atención es mala por falta de personal. El 37,5% de los representantes lograron con éxito la fidelización de clientes. En resumen, la mayoría de las pequeñas y microempresas utilizan la gestión de calidad para el servicio al cliente y utilizan la confianza como un factor diferenciador para mejorar la lealtad del cliente. Sus principales hallazgos fueron: la mayoría de los representantes no conocían el concepto de gestión de la calidad, pero utilizaban técnicas de servicio al cliente, creían que los empleados carecían de iniciativa y el liderazgo era difícil, evaluaban su desempeño observado por los empleados y creían que la gestión de la calidad era desempeño mejorado.

Chota (2018) en su tesis titulada “*Caracterización de la gestión de calidad y competitividad en las Mypes en el sector comercio rubro distribuidora de abarrotes en el distrito de Tumbes, 2017*”, El objetivo principal de este estudio es analizar la gestión de calidad y la competitividad en las micro y pequeñas empresas (MyPes) del sector de distribución en el distrito de Tumbes durante el año 2017. La metodología empleada en la investigación es de tipo descriptivo, cuantitativo y de diseño no experimental.

Las conclusiones del estudio destacan que, en la gestión de calidad, el precio es un elemento esencial para garantizar la compra. Se observó que un aspecto importante es el impacto social, que busca crear una relación entre los clientes y los trabajadores. Por lo tanto, se resaltó que los negocios siempre buscan satisfacer las demandas de los clientes, ya que se ofrece un servicio de alta calidad. Los clientes se sienten satisfechos con los productos proporcionados por las distribuidoras.

García (2018) en su tesis titulada “*Gestión de calidad con el uso del marketing y la competitividad de las micros y pequeñas empresas del sector comercio - rubro ferreterías, Nuevo Chimbote, año 2016*”, indica como objetivo general determinar la relación que existe entre la gestión de calidad con el uso del Marketing y la competitividad en las micro y pequeñas empresas

del sector comercio - rubro ferreterías, Nuevo Chimbote, 2016, Obtuvo como metodología La investigación fue – correlacional – aplicativa, de diseño no experimental – transversal, Concluyó al analizar la variables de estudio, se determinó que la gestión de calidad con el uso del Marketing, se relaciona significativamente en la competitividad empresarial, esto queda demostrado con la prueba de Hipótesis, en cual nos muestra que como el nivel de significancia es menor que 0,05 ($0,000 < 0,05$), entonces podemos decir que un buen nivel de gestión de calidad con el uso del marketing empresarial, le corresponde un buen nivel de competitividad.

Medina (2018), En su tesis “*Caracterización de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente en las Mype Rubro Pollería del Distrito de Vice – Sechura Año 2018*”. El objetivo es conocer cuáles son las características de la gestión de calidad y atención al cliente de la MYPE en un restaurante de pollo frito del distrito de Sechura en el año 2018. En cuanto al método utilizado en el estudio, fue cuantitativo, descriptivo, no experimental, transversal. diseño seccional. Se eligieron cuestionarios e instrumentos de encuesta como métodos para la recolección de datos. También sentí sus puntos clave: vieron la importancia del enfoque en el cliente, el liderazgo como parte de una prioridad de servicio al cliente, el compromiso de los empleados con el servicio al cliente y la importancia de los recursos de calidad para hacer de los clientes el elemento más importante en cualquier campo. organización porque sin clientes no hay negocio y las organizaciones también dependen de los clientes para explicarles sus necesidades actuales y futuras y superar sus expectativas.

Erazo (2019) en “*Gestión de Calidad y Servicio al Cliente para MYPE de Urbanización Bodega Comercial MYPE, Los Ángeles Titanes, Piura 2019.*” Tiene como propósito general: Caracterizar la gestión de calidad y atención al cliente en las bodegas del rubro MYPE. En cuanto al método utilizado para el estudio, es descriptivo, el nivel es cuantitativo y el diseño es no experimental de corte transversal. Se utilizó como técnica de recolección de información la encuesta y como cuestionario se utilizó a una muestra de 384 clientes. De acuerdo con una encuesta realizada por la MYPE sobre variables de gestión de calidad, el 93,23% de los clientes consideró que los productos que adquirió cubrieron sus necesidades, y el 93,49% de los clientes indicó que la bodega había crecido en los últimos años, por otro lado. Para la variable atención al cliente, el 93,75% de los clientes opinaron que el personal de bodega es respetuoso al momento de atender, y el 94,27% de los clientes manifestaron que querían que las bodegas contaran con oficinas de

entrega en algún momento. Como principales conclusiones: la confiabilidad del producto puede satisfacer las necesidades de los compradores, la consistencia se refleja en que el producto cumpla con las normas establecidas, la longevidad se refleja en el buen estado de conservación que se puede encontrar, la estética significa la limpieza del medio ambiente. y organizado para brindar una buena imagen, asociado a la exclusividad la amabilidad como complemento para ayudar a los clientes a sentirse mejor atendidos y bien atendidos ofreciéndoles a los clientes una variedad de productos que coincidan con su poder adquisitivo.

En su tesis de 2019, "Gestión de calidad con el uso de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedaje del distrito de Huarney, año 2016", Hidalgo se propone determinar las características de la gestión de calidad y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector de hospedaje en Huarney. La metodología que aplicó es de diseño no experimental, transversal y descriptivo.

Los resultados muestran que el 90% de los participantes tenían entre 31 y 50 años, el 70% eran mujeres, el 50% tenía estudios universitarios, el 60% eran dueños de los negocios, el 70% tenía más de 7 años en su cargo y en el sector, el 90% tenía entre 1 y 5 trabajadores, el 70% trabajaba con familiares y el 100% tenía como objetivo generar ganancias.

Todos los participantes conocían el término "gestión de calidad" y la mayoría (90%) estaban familiarizados con el concepto de Benchmarking, aunque todos indicaron haber tenido dificultades para implementar la gestión de calidad. A pesar de las dificultades, todos acordaron que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio.

En cuanto a la competitividad, todos los participantes conocían el término y la mayoría (90%) consideraba que la calidad del servicio era un factor clave para la competitividad de su negocio. También identificaron la promoción y publicidad (90%), la atención al cliente (80%) y el disfrute del servicio (80%) como aspectos importantes para la competitividad de sus negocios.

Hidalgo concluye que, a pesar de las dificultades para implementar la gestión de calidad, los participantes reconocen su importancia y su contribución a la competitividad de sus negocios, especialmente en términos de calidad del servicio, promoción y publicidad, y atención al cliente.

2.1.3. Antecedentes regionales o locales

Trebejo (2020) en su tesis *“La atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en los micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro metalmeccánico, en el distrito de Huacho, 2019”*. El estudio se propone determinar las características clave del servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas de la industria de la metalurgia en Huacho durante 2019, ya que son factores cruciales para la gestión de calidad. La investigación se realizó utilizando métodos descriptivos, de diseño no experimental y de aplicación cuantitativa. Los instrumentos de recolección de datos fueron encuestas y cuestionarios.

De una muestra de 18 empresas, se descubrió que el 61% de los empresarios tenían entre 31 y 50 años, el 89% eran hombres, y el 44% no contaban con estudios superiores. Además, el 56% eran dueños de sus negocios y el 44% tenían entre 4 a 6 años de experiencia laboral. En cuanto a la cantidad de trabajadores, el 50% de las empresas tenían de 6 a 10 empleados, el 56% operaban con fines de lucro y el 39% habían estado en el sector metalúrgico durante 4 a 6 años.

En relación con la gestión de calidad, el 67% de las empresas no estaban familiarizadas con el concepto, el 67% no aplicaban ninguna tecnología para mejorarla y el 28% utilizaban métodos de observación y evaluación. Solo el 44% pensaba que la gestión de calidad contribuía a veces a alcanzar sus objetivos. En cuanto a la atención al cliente, el 39% no estaba familiarizado con el concepto, el 56% trató a los clientes de forma adecuada, el 50% brindó una buena orientación al cliente, pero el 39% no proporcionó formación en esta área.

En resumen, la mayoría de los representantes de las empresas eran hombres, de edades comprendidas entre 31 y 50 años, con un nivel de educación más bajo que la universitaria. Más de la mitad eran dueños de sus propios negocios y habían estado en sus puestos durante 4 a 6 años.

Flores (2019) Según su tesis *“La calidad del servicio en la atención al cliente en la mype, rubro restaurante, caso “Plaza Restaurant”, del distrito San Vicente, provincia Cañete, año 2019.”* El objetivo de este estudio es identificar las dimensiones de la calidad del servicio al cliente en un restaurante de micro y pequeña empresa (MYPE), específicamente en un restaurante ubicado en la plaza del distrito de San Vicente, Cañete en 2019. Para ello, se emplearon métodos cualitativos con un diseño no experimental transversal, combinado con estudios de casos fenomenológicos y niveles descriptivos.

Los hallazgos del estudio revelan que el restaurante en cuestión proporciona un servicio de alta calidad a sus clientes. Esto se evidencia por la identificación y caracterización de las

dimensiones de la calidad del servicio, en particular en aspectos tangibles, capacidad de respuesta y seguridad.

Como conclusión principal, tras la realización de este estudio, se determinó que el restaurante proporciona un servicio excelente, ya que siempre planea, prueba y mejora sus servicios.

Pariasca (2019) Según su tesis "*La gestión de calidad y el financiamiento en las Mype, del sector servicio - rubro restaurantes del distrito de Huaral 2018*". Tiene como propósito describir las principales características de la gestión de calidad y financiamiento en las MYPES - Distrito de Huaral 2018 en el rubro de restaurantes del sector comercial. En cuanto al método utilizado en el estudio, se trata de un diseño descriptivo transversal no experimental tipo encuesta, cuantitativo a nivel de aplicación. Para la realización de este estudio se utilizó una muestra de 26 Mypes de la población, se realizó un cuestionario con 21 preguntas sobre las mismas, y mediante métodos de encuesta obtuvimos los siguientes resultados: En cuanto a las características del representante legal de las Mypes, debemos indicar de los empresarios. El 77,00% eran adultos, el 23,00% eran pensionados, el 23,00% eran hombres, el 77,00% eran mujeres y el 62,00% eran casados. 31,00% conviviente, 7,00% soltero, titulación no universitaria 38,00%, titulación universitaria 31,00%; de igual forma las principales características de las MYPES en el campo de estudio son el 61,00% son legales, el 50,00% son empleados permanentes, el 100,00% tienen más de un año en el mercado, el 69,00% son de 1 a 5 empleados, el 100,00% son establecidas a dinero las características ganadas y de control de calidad vemos un promedio de 50,00% son archivos de administración 88,00% ¿Cree que las estrategias que está desarrollando actualmente en el servicio lo mantendrán en el mercado 80,00% considerando el valor del asesoramiento que brinda a los clientes como diferencia de competidores, en cuanto a la financiación, vemos que el 70,00% utiliza medios publicitarios y el 77,00% no tiene problemas para recibir financiación. También su principal conclusión: Nuevamente vemos que de acuerdo al estado civil del total de representantes legales o propietarios de las MYPES, tenemos más matrimonios seguidos de la convivencia y solo unos pocos son solteros. También, podemos ver que por el estado civil de todos los representantes legales o de todas las personas en MYPES, tenemos más personas casadas, seguidas de las personas convivientes, y solo unas pocas son solteras.

Espinoza (2020) Basado en su trabajo “*Financiamiento de Micro y Pequeña Empresa Gestión de Calidad, Servicios, Avicultura en el Distrito de San Vicente, Provincia de Cañete, Lima, 2018.*” Tiene como propósito describir las principales características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, servicios, financiamiento avícola en el distrito de San Vicente en Cañete 2018. año. En cuanto al método utilizado para la investigación cualitativa, el nivel de investigación descriptivo, con un diseño no experimental - transversal. Aplicar métodos de encuesta; se estableció que los representantes legales son hombres de negocios, en su mayoría hombres adultos de 31 a 50 años, con educación secundaria técnica, que ocupan el 90% de los cargos de propietarios, en el servicio por 4 a 6 años. Características de las pequeñas y microempresas, el 50% de las Mypes tienen de 0 a 4 años de operación y tienen de 1 a 5 empleados. El 50% de las Mypes pertenece al nuevo sistema tributario RUS. Cuando se trata de calidad, cuando se trata de gestión financiera, el 60% de los encuestados no conocen el concepto de gestión de calidad, el 40% de las personas afirmaron que la gestión de calidad es difícil de implementar porque no pueden adaptarse a los cambios, y el 45% de ellos miden resultados de la empresa utilizando datos de nivel de ventas mensuales. También su principal conclusión: el 100% de los encuestados recibió financiamiento externo, de los cuales el 70% fue de fondos municipales, con tasas de interés entre 0 y 20%, y el 40% de los microempresarios mencionaron recibir fondos de pago de proveedores o empleados, y en definitiva creen que el financiamiento realmente puede permitir que su negocio prospere bajo una buena administración.

Parihuaman (2019) En su tesis “*Gestión de calidad y competitividad de las Mypes del sector servicios-rubro restaurantes del distrito de Huacho, 2018*”; competitividad en las micro y pequeñas empresas (MYPEs) del sector de restaurantes en el distrito de Huacho durante 2018. La investigación se llevó a cabo mediante un diseño no experimental transversal, y se recogió información de una población de 117 representantes de restaurantes MYPEs.

A través de encuestas, se obtuvieron los siguientes resultados: el 60% de los representantes eran hombres, el 40% aseguró que siempre monitorean la efectividad del servicio de restaurante, el 60% afirmó que constantemente desarrollan estrategias para prevenir la amenaza de nuevos competidores, y el 80% casi siempre tiene conocimiento de posibles servicios que podrían reemplazar los que ellos ofrecen.

La conclusión del estudio es que, aunque la gestión de calidad y la competitividad son elementos clave para el buen funcionamiento de las empresas, los restaurantes no están aplicando correctamente estos conceptos. Esto se evidencia en la búsqueda de eliminar completamente los errores en el proceso de servicio que se ofrece.

Castillón (2022) en su tesis “características de la competitividad para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro hotel caso: Montecarlo Suits, S.A.C, lima, 2019” El propósito principal de este estudio fue identificar las características de la competitividad y su impacto en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector hotelero, específicamente en el caso de Montecarlo Suits, S.A.C. en Lima, 2019. El enfoque metodológico fue descriptivo, cuantitativo y de diseño no experimental. Se utilizaron entrevistas y cuestionarios con 11 preguntas como instrumentos de recolección de datos, aplicándose a 20 empleados del hotel.

En relación a la competitividad, se encontró que, de 20 trabajadores, el 85% (17 empleados) consideraban excelente el uso de tecnología en el hotel, el 10% (2 empleados) lo consideraban regular y el 5% (1 empleado) lo valoraba como bueno. En cuanto a la gestión de calidad, de los 20 trabajadores, el 65% (13 empleados) consideró que la gestión del gerente era buena, el 20% (4 empleados) la consideró regular y el 15% (3 empleados) la calificó como excelente.

La conclusión fue que, a pesar de que los empleados reconocieron el uso de tecnología en el hotel, identificaron una falta de compromiso por parte de los dueños para su utilización constante. Esta situación podría afectar la competitividad del hotel en el mercado y su capacidad para generar ingresos.

2.2. Bases teóricas de la investigación:

2.2.1. Atención al cliente

Según Enríquez (2021), la atención al cliente es la interacción que existe entre los trabajadores de contacto y la persona que desea adquirir el producto o servicio, denominada cliente; quien determinará, su nivel de satisfacción, mejor dicho, lo que ha percibido el cliente del trato recibido, con respecto a lo que esperaba.

Personalizar la relación con el cliente es la parte esencial de toda transacción porque al tratar al cliente como persona, se crea un valor, y lo contrario, conlleva al deterioro de ese valor.

Por ejemplo, el buen trato al público es un valor; si esto se rompe, se deteriora la imagen de la compañía

El servicio al cliente debe ser responsabilidad de las micro y pequeñas empresas, puesto que si un cliente no es tratado de manera cordial, este no regresa y desprestigiara a la empresa.

Dimensiones de la Atención al Cliente

Nos menciona las siguientes dimensiones:

Enfoque al cliente

La empresa busca satisfacer las necesidades del cliente como objetivo principal, para ello es importante conocer a fondo que es lo que desea este y que busca satisfacer con la adquisición del producto o servicio de una empresa; así, se podrá eliminar al resto de segmentos y enfocarse en un grupo en específico (Enríquez, 2021).

Liderazgo

Se necesita de una persona que sepa como guiar a sus trabajadores para el cumplimiento de los objetivos, esta persona será capaz de orientar a los trabajadores y lograr llegar hasta el cliente (Enríquez, 2021).

Mejora continua

Según refiere Enríquez (2021), la empresa necesita retroalimentar constantemente el producto y servicio que ofrece a su clientela, para determinar si realizan bien su trabajo o hay aspectos a mejorar dentro y fuera de la empresa.

También existen otros puntos a tratar dentro de la atención al cliente, estos son:

Elementos tangibles: Apariencia de las instalaciones físicas, oficinas, equipos, personal y materiales de comunicación.

Fiabilidad: Habilidad del proveedor para realizar el servicio prometido de forma fiable y adecuada.

Capacidad de respuesta: Disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido.

Profesionalidad: Posesión de las capacidades requeridas y conocimiento de la realización del servicio.

Cortesía: Atención, consideración, respeto y amabilidad del personal que trata al cliente.

Credibilidad: Veracidad, creencia y honestidad en el servicio que se provee.

Seguridad: Inexistencia de peligros, riesgos o dudas. Abarca a la cortesía por parte del personal y el profesionalismo.

Accesibilidad: Capacidad de un servicio de ser accesible y facilidad para establecer contacto.

Comunicación: Mantener a los clientes informados utilizando un lenguaje que puedan entender, así como saber escucharlos.

Comprensión del cliente: Esfuerzos realizados para conocer al cliente y sus necesidades (Rumiche, 2019, p. 44).

Características de Atención

Redes sociales: Las redes sociales son sitios de Internet formados por comunidades de individuos con intereses o actividades en común (como amistad, parentesco, trabajo) y que permiten el contacto entre estos, de manera que se puedan comunicar e intercambiar información. Los individuos no necesariamente se tienen que conocer previo a tomar contacto a través de una red social, sino que pueden hacerlo a través de ella, y ese es uno de los mayores beneficios de las comunidades virtuales (Hinostraza , 2021, p. 23).

Publicidad televisiva: Considera que la publicidad en televisión es indiscutiblemente la más poderosa forma de publicidad. Anunciarse en televisión implica llegar a cientos de miles o a millones de personas al mismo tiempo, y hacerlo a través del medio publicitario más relevante y prestigioso. La publicidad en televisión aporta notoriedad y credibilidad, y ayuda más que ninguna otra a conseguir el posicionamiento deseado. Conjugando adecuadamente imágenes en movimiento, sonido, efectos y color, la publicidad en televisión permite a los anunciantes realizar campañas con las más altas cotas de creatividad y expresión artística (Hinostraza , 2021, p. 23).

Lenguaje claro: Considera que el lenguaje llano, también denominado lenguaje claro, lenguaje sencillo o lenguaje ciudadano, es un estilo simple y eficiente, que apunta prioritariamente a los escritos, pero que se aplica también a la comunicación oral. Permite al receptor entender fácilmente lo que se dice o escribe (Hinostraza , 2021, p. 23).

Información óptima: Considera que la información óptima es en su sentido más amplio y general el término óptimo se emplea cuando se quiere dar cuenta de aquello que resulta ser muy

bueno, que no puede ser mejor de lo que es, es decir, óptimo es el superlativo del término bueno (Hinostroza , 2021, p. 23).

Empatía: hace que las personas se ayuden entre sí. Está estrechamente relacionada con el altruismo - el amor y preocupación por los demás - y la capacidad de ayudar. Cuando un individuo consigue sentir el dolor o el sufrimiento de los demás poniéndose en su lugar, despierta el deseo de ayudar y actuar siguiendo los principios morales. La capacidad de ponerse en el lugar del otro, que se desarrolla a través de la empatía, ayuda a comprender mejor el comportamiento en determinadas circunstancias y la forma como el otro toma las decisiones (Hinostroza , 2021, p. 23).

Atención adecuada: Es la acción y el resultado de atender. En función del contexto, puede equivaler a términos como: cortesía, educación, civismo, amabilidad y muestra de respeto. Por ejemplo: Tuvo mucha atención conmigo. Con este significado, se utiliza especialmente en plural. Por ejemplo: Nos dedicó muchas atenciones (Hinostroza , 2021, p. 23).

Cordialidad: La cordialidad, es el valor que nos permite entablar y mantener buenas relaciones con los demás. De amabilidad, que representa la manera de nosotros establecer unos principios internos que nos rijan al tratar a los demás de buena manera (Hinostroza , 2021, p. 23).

Compromiso: El compromiso hace referencia a un tipo de obligación o acuerdo que tiene un ser humano con otros ante un hecho o situación. Un compromiso es una obligación que debe cumplirse por la persona que lo tiene y lo tomó. El compromiso, además, es la capacidad que tiene una persona para tomar consciencia de la importancia que existe en cumplir con algo acordado anteriormente. Ser una persona que cumple con sus compromisos es considerado un valor y una virtud, ya que esto suele asegurar el éxito en los proyectos futuros y la plenitud (Hinostroza , 2021, p. 23).

Cientes extrovertidos con interés

Cientes extrovertidos hacia las orientaciones del vendedor. Se tratan de clientes expresivos, sociales que facilitan la venta. Presenta impulsos emocionales si les trae el producto que muestra y disfrutan hablando de los temas relacionados con el mismo. Muestra interés con la conversación y en especial si esta se orienta a experiencias positivas de otro cliente con el producto. Le aburre, sin embargo, el exceso de detalles y el desglose de las características técnicas de

producto, prefiriendo conversar sobre los aspectos funcionales y sensoriales del mismo de forma global (Hinostroza, 2021, p. 23).

Clientes extrovertidos sin interés hacia las orientaciones del vendedor

Son clientes de compra impulsiva y directa, que muestran poca sensibilidad hacia el personal en contacto con el público. Desean realizar compras rápidas y racionales, ya que les preocupa perder tiempo y les interesa, por tanto. La firmeza y seguridad de las respuestas del vendedor. Preocupados por la compra racional basada en una buena relación calidad, precio, realizan muchas compras específicas valorando la posibilidad de pruebas y la enumeración de ventajas del producto y los servicios posventa ofrecidos (Hinostroza , 2021, p. 23).

Clientes introvertidos

Clientes introvertidos con interés hacia las orientaciones del vendedor. Son clientes de carácter efectivos que se sienten más seguros si el vendedor alienta sus sentimientos en la compra logrando establecer empatía. Buscan la compra de productos que se les otorgan seguridad personal y ausencia de riesgos por lo cual el vendedor debe indagar en los productos, que usan o consumen con satisfacción en la actualidad para ofrecerles otros similares, dado el interés por lo conocido y comparable que muestra esos clientes (Hinostroza , 2021, p. 23).

Objetivo de la satisfacción al cliente

Según Blanco, (2019) A pesar de ser la atención al cliente y la satisfacción al consumidor dos conceptos diferentes, existe una inequívoca relación entre ambos, de forma de mayor calidad de servicio y atención percibida tiende a incrementar la satisfacción al cliente, creando pues desde el principio o reforzando en posteriores experiencias, una actitud positiva hacia la empresa. Se ha comprobado empíricamente (Cronin y Taylor, 2020) que la satisfacción al cliente influye en las situaciones de compra futura más que la propia calidad de servicio, por lo que todo programa que quiera implementarse de atención al cliente ha de tener como objetivo principal la satisfacción de este (Hinostroza , 2021, p. 23).

Factores de la atención al cliente

Como afirma Villalta (2018), los factores determinan la calidad del servicio al cliente:

– Disponibilidad: el servicio es fácil de obtener en las ubicaciones disponibles y en el momento adecuado.

– Comunicación: las condiciones de uso y las condiciones comerciales se describen con precisión y de una manera fácilmente comprensible para el consumidor.

– Capacidad del empleado: el personal tiene las habilidades y el conocimiento necesarios sobre los servicios y productos que ofrecen.

– La cortesía y la amabilidad: el personal es cortés, amable, respetuoso y atento, proyectando una buena imagen

– Credibilidad: la compañía y sus empleados son confiables y realmente ayudarán a los clientes. (p. 27).

El cliente

Como afirma, Bastos (2018) “El cliente es la variable principal en un proceso de ventas, es el interés de la empresa por conquistarlo y fidelizarlo.” (pág. 1).

Es la persona que adquiere un bien o servicio para su propio uso o ajeno a cambio de un precio determinado por la empresa y aceptado socialmente, constituye el elemento fundamental por y para el cual se crean productos de la empresa (Bastos, Fidelización Del Cliente , 2019).

Satisfacción del Cliente

Como afirma Alan (2018) “Es una preocupación que va en aumento entre las organizaciones empresarias de todo el mundo, cada vez más los consumidores exigen que los productos satisfagan y aun excedan sus expectativas” (p. 9).

Fidelización del cliente

Se trata de conseguir la mayor calidad en la atención al cliente, ofreciendo un producto excelente y la mayor cantidad de servicios complementarios posibles. Es necesario desarrollar una forma de pensar y actuar que debe ser 25 compartida por todos los miembros de la organización con el objetivo de alcanzar relaciones con sus clientes que sean perdurables.

Como afirma Bastos (2018), “la empresa tiene como objetivo en satisfacer las necesidades de los individuos a lo largo de su vida, para así lograr que esta sea cada vez más plena y placentera.” (p. 1).

Técnicas de atención al cliente

Tipos de clientes: Los clientes son el tesoro de cualquier actividad económica, sin ellos no habría ventas.

- Practicar la comunicación verbal no verbal y el comportamiento para brindar un buen servicio al cliente. La comunicación es importante y estas son necesidades humanas. Por lo tanto, estas propiedades también deben transferirse a las relaciones con los clientes. Todos nos comunicamos usando lenguaje hablado o no verbal.

- Capacidad para utilizar el flujo de llamadas telefónicas en el servicio al cliente. Investigar y aplicar solicitudes, quejas y reclamos de cuidados esenciales. Los clientes pueden ser contactados de varias formas a través de diferentes canales (correo electrónico, redes sociales, etc.). Uno de estos canales muy utilizados es el teléfono. Hay dos formas de brindar un buen servicio al cliente por teléfono:

- coger el teléfono. Los clientes son llamados aquí por varias razones.

- Llamar. Es la propia empresa la que se comunica con el cliente. En telefonía sabemos que la comunicación utilizada es verbal, pero hay que tener en cuenta que los elementos no verbales que estudiamos no se pueden aportar por la ausencia del interlocutor (gestos, miradas, expresiones faciales, posturas, etc.), por lo que no podremos confiar en ellos para complementar nuestra información. -Los por favor utilizados en quejas y requisitos. El proceso de reclamo Debido a que el cliente presentó el reclamo al final tenía varias fases:

• De las aplicaciones de los clientes, el documento debe contener todos los datos necesarios para procesar adecuadamente los requisitos. Se debe alentar al cliente a posponer el 20 escribiendo sus argumentos que quiere solicitar. Se dividen en tres bloques más grandes en estos artículos:

Identificación de datos. Aquí se divulga información personal sobre clientes, empresas y personas responsables.

oficina central. Se expondrán claramente los argumentos para presentar una reclamación.

Pie de página del documento. Suele estar firmado por el cliente y el cuidador.

Cuando se presenta un reclamo, se registra, es decir, el responsable de atención al cliente debe abrir una carpeta (archivo) para guardar el reclamo. Aunque esto se puede hacer manualmente, también hay programas de computadora que pueden hacer este trabajo de grabación. Básicamente, los datos a incluir en este registro serán: cliente, fecha, tipo de reclamación y contenido de la reclamación. En el momento del registro el cliente debe tener constancia de que ha realizado este trámite y para ello podemos proporcionarle una copia de su reclamación (sellada por el responsable).

Según el autor, es importante recordar varios pasos en la atención al cliente para que la comunicación entre las partes sea satisfactoria. Antes de saltar, es interesante ver lo que entendemos sobre el comportamiento. Hay que pensar en la prioridad del cliente, darle espacio y permitir la acción para solucionar los problemas, así como la capacidad de elaborar un presupuesto y, en definitiva, la capacidad de negociación con el cliente. Al mismo tiempo, debe ser un equipo preparado y con mucho conocimiento sobre los productos y servicios de la empresa. En la encuesta, el 66,67% de las pequeñas y microempresas brindaron un buen servicio al cliente. El 100% de las pequeñas y microempresas siempre brindan soluciones a los clientes (Cabanillas, 2019).

Los diez mandamientos de la atención al cliente

El cliente representa la razón de ser de toda organización, es por ello que la debemos dedicar nuestros esfuerzos para garantizar su total satisfacción; los siguientes Mandamientos son guía para lograrlo:

- a) El cliente por encima de todo.
- b) No hay nada imposible cuando se quiere.
- c) Cumplir todo lo que se prometa.
- d) Solo hay una forma de satisfacer al cliente.
- e) Para el cliente, la empresa marca la diferencia.
- f) Fallar en un punto, significa fallar en todo.
- g) Un empleado insatisfecho, genera clientes insatisfechos.
- h) El juicio sobre la calidad del servicio lo hace el cliente.
- i) Por muy bueno que sea un servicio, siempre se puede mejorar.
- j) Cuando se trata de satisfacer al cliente, todos somos un equipo (Rosales, 2018, p. 45).

Servicio al cliente

Es el que ofrece una empresa para relacionarse con sus clientes. Es un conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece la empresa con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. Se trata de una herramienta de mercadeo que puede ser muy eficaz en una organización si es utilizada de forma adecuada, para ello se deben seguir ciertas políticas institucionales (Ccapa, 2019, p. 49).

2.2.2. Gestión de la calidad

La gestión de calidad en el servicio al cliente es uno de los puntos fundamentales que se deben tomar siempre en cuenta y, además de ello, estar en constante mejora dentro de las empresas; sin importar el tamaño, estructura y naturaleza de sus operaciones, deben demostrar la capacidad que tienen para desempeñarse en esta área (Rojas, 2018).

Importancia de Gestión de calidad

La gestión de calidad nos ayuda a reducir la improvisación, ya que esta herramienta permite llevar una trazabilidad de todos los procesos de la empresa, de tal manera que podamos saber en todo momento cómo actuar en situaciones de funcionamiento normales, óptimas o adversas (Medina, 2018).

Elementos de Gestión de calidad

Según Medina (2018), entre las cualidades y competencias en los líderes que ha transformado las organizaciones se destacan de la formulación de la visión de negocios el desarrollo del compromiso entre los elementos externos de la organización.

Liderazgo

Las grandes cosas vienen en el equipo y se logran agregando varios personajes. Así como la construcción de un sistema de gestión de calidad se basa en una buena gestión del organizador. Es importante mejorar la gestión de calidad y los intereses de todos."

planificación

No es suficiente saber dónde lograr el objetivo. Debe enfatizarse que es importante pasar tiempo identificando el camino. "Incluso a veces los largos plazos que quieren vivir, por lo que son difíciles e incluso emocionantes. Al descentralizar estos planes y demarcar cada paso principal, el objetivo largo puede ser más fácil y significativo."

Apoyo y acción

Cuando explicamos el contenido de nuestros clientes, el soporte y la operación del sistema de gestión se establecen claramente, y sobre la base de este entendimiento, hemos creado los pasos necesarios para crear productos o servicios y respetar la promesa de valor. "

Calificación

Es importante dejar de hacer las cosas y comprometerse a observar y evaluar todo su desempeño. "Siga y comprenda muy bien su rendimiento y continúe fortaleciéndolo mientras sirve a clientes y negocios." Confirme la práctica exacta y la evaluación del proceso, el rendimiento o la observación de diferentes aspectos. Uno de ellos es la dimensión del cliente. Es importante que el cliente esté satisfecho y satisfecho, entonces sabe lo que está haciendo bien. La esencia de "

Mejora permanente

Mejore el sistema de gestión de calidad y comprenda que el problema no se detiene y permanece allí, pero con el tiempo nuestros clientes tienen nuevas vistas y deben tener o proporcionar servicios en términos de calidad del producto.

Aumentar el enfoque en el cliente.

Es importante que el cliente esté claramente presente en todo lo relacionado con la gestión de la calidad. Todo esto porque los clientes serán el primer elemento para evaluar la calidad de nuestros productos y servicios, por lo que es necesario construir una carrera completa de acuerdo a sus necesidades y deseos.

Reduzca la incertidumbre con un sistema eficaz de evaluación de riesgos. El liderazgo organizacional debe estar involucrado. Saber que los diversos elementos individuales de una organización deben trabajar juntos en la misma dirección para garantizar un sistema de gestión de calidad adecuado. De esta forma, cada colaborador de la organización se sentirá empoderado y motivado para cumplir con los requisitos de la norma ISO 9001 2015.

Objetivos claros e identificables.

La formulación de todos los objetivos es una tarea casi imprescindible en el sistema de gestión de la calidad. Sin estos objetivos, es imposible planificar o corregir cualquier desviación. comunicación interna. Todos los componentes de la empresa deben contar con las herramientas necesarias para alcanzar las metas establecidas. Es importante evitar la duplicidad o duplicidad de información y tener un buen sistema de comunicación.

Sistemas de control y evaluación continua.

Todos los sistemas deben desarrollarse en todas las etapas de la estrategia de una organización. Esto puede ser durante la generación de objetivos o el desarrollo y la implementación.

Mejorar continuamente el proceso.

Una vez cumplido el objetivo del proyecto, se pueden alertar posibles desviaciones y así establecer un proceso de mejora.

Dimensiones

Según, Miranda et al. (2018), manifiestan que las dimensiones de la gestión de la calidad vienen a ser:

Ventajas: Estas son las principales características del producto. Se refiere a crear una confrontación entre marcas sobre qué producto tiene las mejores características y beneficios para el cliente. Sin embargo, las diferencias de calidad resultantes pueden variar en función de sus requisitos funcionales (Miranda et al., 2018).

Características: Esto es todo lo que se usa como complemento o extra, pero no es necesario para la función principal del producto. Al igual que los beneficios, son características objetivas que crean diferencias de calidad según las necesidades de cada consumidor individual (Miranda et al., 2018).

Confiabilidad: Esto significa que mientras se consume el producto, todos los usuarios deben estar satisfechos. Esto se debe a la probabilidad de falla del producto dentro de un cierto período de tiempo. Cuanto menor sea la fiabilidad, mayores serán los costes de mantenimiento (Miranda et al., 2018)

Conformidad: Estos muestran el nivel en el que un producto o proceso se ajusta a esa descripción especificada. Cuando el producto llega al cliente, independientemente de la métrica utilizada, el cumplimiento se expresa en términos de la cantidad de defectos internos o externos detectados (Miranda et al., 2018).

Durabilidad: los productos especialmente diseñados tienen una larga vida útil antes de fallar, por lo que, cuando lo hacen, pueden reemplazarse fácilmente por otros nuevos sin costos de reparación innecesarios (Miranda et al., 2018).

Servicio: Aspectos subjetivos del producto, p. Amabilidad, profesionalidad, rapidez en el servicio al cliente (Miranda et al., 2018).

Estética: Se refiere a cómo se ve, huele, sabe, toca o suena, y nunca puede complacer a todos los clientes (Miranda et al., 2018).

Percepción: Calidad percibida por los usuarios, clientes o estudiantes.

"En última instancia, determina lo que dicen los clientes sobre la calidad del producto. Según la información que reciba sobre el desafío dimensional, se determinará su calidad percibida. Así, las percepciones pueden verse influenciadas por factores como la imagen de la empresa, la experiencia previa, las opiniones de terceros o la publicidad de la empresa. Ventajas de la gestión de la calidad.

Según Audisio (2018), un buen sistema de gestión de la calidad puede aportar a una empresa varios beneficios, entre los que destacan:

Credibilidad e imagen mejoradas: las empresas que usan KVS se perciben como empresas más seguras y confiables en comparación con sus competidores, por lo que los clientes pueden estar más dispuestos a usar los productos o servicios que ofrecen (Audio, 2018).

"Mejorar la satisfacción del cliente: el objetivo del sistema de gestión de la calidad es satisfacer a los clientes mediante la creación de productos o servicios que satisfagan sus necesidades y deseos, fidelizándolos y recomendándolos a la empresa; lograr la satisfacción del cliente también es uno de los aspectos del sistema de gestión de la calidad. Debes participar en el fortalecimiento y fortalecimiento de los Componentes, si brindas productos o servicios de alta calidad, tendrás más posibilidades de destacarte de la competencia y generar nuevas oportunidades de negocio. Superar las expectativas del cliente, ser estricto en todos los procesos y actualizar constantemente la empresa puede conducir a una mayor lealtad a la marca (Audisio, 2018).

"Mejor integración de procesos: la integración en los sistemas de gestión ayuda a mantener procesos saludables durante la producción y la comercialización, evitando el tiempo de inactividad, la duplicación de trabajo y el desperdicio de materiales". "Por otro lado, la eficiencia del sistema se logrará a través del ahorro de costos y el máximo se medirá por los recursos utilizados" (Audio, 2018).

Crear una cultura de mejora continua: El tercer principio de la gestión de la calidad es la mejora continua. El objetivo es lograr un mejor producto manteniendo la calidad sin cambiar la composición, optimizando los recursos que involucran materias primas, mano de obra y capital. El sistema de gestión de la calidad ayuda a reducir los errores y asegura el buen funcionamiento de los procesos de la empresa. La creación de manuales de procedimientos, la planificación de objetivos, el cumplimiento de políticas de calidad y la capacitación continua del personal son formas de eliminar riesgos y mejorar la calidad de los servicios o productos en todas las etapas de

la cadena productiva. Una de las formas de hacer que los procesos sean más eficientes y flexibles es automatizarlos. El uso de la tecnología es esencial para obtener un mayor control sobre las tareas que a menudo se realizan manualmente, como pagar a los clientes (Audisio, 2018).

Construir ahorros. Revise continuamente las operaciones comerciales para determinar cómo operaciones más eficientes pueden generar ahorros. Además, si se implementan métodos especializados para mejorar la calidad de los productos o servicios en la organización, como reemplazar máquinas dañadas o tomar medidas preventivas, entonces rediseñar productos no significa costos elevados a largo plazo y es más fácil evitar fuga de recursos.

Técnicas de la gestión de calidad

Según, Miranda et al. (2019), conoce las principales técnicas para la gestión de la calidad de la empresa; círculos de calidad, técnicas del trabajo en equipo, seis sigmas, modelo de la 5S.

1. Se debe hallar primero el problema

Según Sanguesa et al. (2019) es necesario que la empresa responda ciertas preguntas que puedan ayudar a que esta pueda mejorar la calidad; dichas preguntas pueden ser:

- ✓ Lo que sucede (síntomas).
- ✓ Haz clic donde sucedió.
- ✓ Cuando apareció el punto.
- ✓ Prueba como se ha solucionado hasta ahora.
- ✓ Dar cuál es el impacto financiero y/o comercial del problema.

2. Identificar causas

Puede ser útil hacerse las siguientes preguntas:

¿Por qué pasó esto?

¿Cuándo sucede esto?

¿Dónde sucede?

¿Quién lo hizo?

¿Como paso?

¿Cuántas veces sucede esto?

3. Elige el motivo más importante

4. Corregir la solución al problema.

Aquí se considerarán los siguientes aspectos:

- ✓ El impacto o la eficacia de las acciones tomadas para resolver el problema.
- ✓ Resolver los costos.
- ✓ Tiempo de implantación.
- ✓ Relación costo/beneficio

5. Implementar una solución

Aquí está cómo hacerlo:

- ✓ Desarrollar nuevos procesos.
- ✓ Cambiar de habitación o comprar nuevas.
- ✓ Necesidades del personal investigador.
- ✓ Proporcionar los recursos materiales necesarios.
- ✓ Crear nuevos parámetros de control y desarrollar programas de control.

6. Ver los resultados obtenidos:

En esta etapa, es necesario verificar si las acciones realizadas dan los resultados deseados.

7. Aplicar cambios: Una vez que se ha demostrado la funcionalidad mejorada, se implementan los cambios necesarios en toda la organización y se documenta el sistema.

Nuestros pasos de solución de problemas son igualmente válidos para implementar pequeñas mejoras. Para realizar cada paso correctamente, debe tener:

- ✓ Propósito e innovación del equipo de personal de la organización.
- ✓ Técnicas estadísticas que nos ayuden a comprender mejor los datos para que las decisiones se tomen en base a algo más que corazonadas o corazonadas.

Gestión de Calidad Total

Según Erazo (2020), se cree que la calidad no es un departamento específico de responsabilidad organizacional, sino que todos los miembros de la empresa participan de este compromiso.

"Orientación al cliente: los clientes son la base de la organización, sin ellos y la lealtad del cliente, la sostenibilidad a largo plazo de la empresa es imposible".

"Participación activa de las personas": "Los empleados de la organización deben tener la capacidad y oportunidad de iniciar e implementar cambios en los procesos y brindar soluciones a los problemas que puedan presentarse, ya que esto se logra a través de la capacitación y el desarrollo de conocimientos y habilidades" (Borrador, 2020).

"Decisiones basadas en hechos:" "Las decisiones comerciales pueden ser problemáticas".
"Tomar decisiones con base en hechos y herramientas adecuadas permite calcular los resultados de los procesos y evaluar el cumplimiento de estos" (Erazo, 2020).

Mejora Continua de Procesos, El proceso es lo que hace a una organización, y en un entorno empresarial cambiante, se debe aplicar una estrategia de mejora continua para poder facilitar una respuesta eficaz para cumplir con los requisitos de calidad del cliente (Borrador, 2020).

Control de calidad

En esta etapa se evalúa el procedimiento hasta el producto, y se contrata con sus objetivos, para intervenir sobre la diferencia.

Según Gonzales y Arciniegas (2018), el control de calidad se reducía a inspeccionar los productos semi acabados todavía en procesos, o lo que era peor aún, seleccionar y clasificar en producto terminado separando el defectuoso, para enviar al cliente solamente el producto bueno.

2.2.3. Las Mypes

En términos económicos, cuando un empresario de la micro o pequeña empresa crece, genera más empleo, porque demanda mayor mano de obra, personal contratado con renovación de contrato mensual y trimestral, cabe señalar que todo personal pasa por evaluaciones curriculares, conocimiento y psicológico para ocupar los puestos al trabajo además se realiza una pasantía como reconocimiento de sus funciones 2 días antes para el inicio de sus actividades (Rojas, 2018).

Características de las micro y pequeñas empresas

En general las micro y pequeñas empresas y medianas se caracterizan por categoría empresarial de acuerdo a sus niveles de ventas en función a sus operaciones de ventas anuales.

Microempresas: ventas anuales hasta un monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias (UIT).

Pequeña empresa: ventas anuales superiores a 150 UIT, y hasta un monto no mayor a 1700UIT.

Tipos de micro y pequeñas empresas

Según Mendoza (2017), las MYPES se clasifican en:

Micro y pequeñas empresas de Subsistencia: es la unión económica sin cabida a generar ganancia, el cual perjudica y pone en peligro sus bienes.

Además, cuentan con escasos o no hay maquinarias y los activos fijos, estos tipos de empresa proveen un flujo de caja vital, pero no generan empleos adicionales reenumerados.

Micro y pequeñas empresas de acumulación: son aquellas que tienen las capacidades de producir ganancias para generar sus bienes originales e transformar el crecimiento de empresa. Cuentan con maquinarias y activo fijo que permite realizar trabajos más elaborados y diversifican el tipo de labor a lo que se dedican, muestran un mayor nivel de productividad que las empresas de subsistencia, generan empleos reenumerados con mayor nivel de gestión gerencial con registros administrativos y contables.

Emprendedores: Son personas emprendedoras, adaptadas a su complejo medio del mundo de los negocios, tienen una infinidad de decisiones que son como, no profesionales, sobre todo en el estilo de vida (Talavera, 2017).

Son personas que identifican las necesidades del mercado crean nuevas empresas aprovechando la oportunidad por medio de una empresa nueva o existente, asumen riesgos, dificultades y financieros.

Ñahuirima (2018), cuyo objetivo general es determinar la relación entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente para analizar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente, se realizó encuestas para evaluar las siguientes variables: calidad de servicio y satisfacción al cliente. Dicha encuesta fue aplicada en las diversas pollerías del distrito de Andahuaylas a 348 clientes entre varones y mujeres que constituyen la muestra del presente estudio.

Mypes del rubro pollerías en Perú

Es bien reconocido que el sector de comida suele ser lo más buscado y solicitado por los clientes ya que se trata de la satisfacción de una necesidad básica para el ser humano; en cuanto a los factores económicos, la MYPE de Perú cobra mayor importancia, Porque representan alrededor del 40% del PIB del país, creando una fuente de empleo ya sea formal o informal, el desarrollo del comercio en la región de Piura como Las principales actividades que contribuyen así al crecimiento económico y desarrollo del país (Ramos, 2020).

2.3. Marco Conceptual

Atención. El cliente es una persona impulsada por un interés personal y que tiene la opción de recurrir a nuestra organización en busca de un producto o servicio, o bien de ir a otra institución (Barquero, 2017).

Calidad. La calidad es el logro de la satisfacción de los clientes a través del establecimiento adecuado de todos sus requisitos y el cumplimiento de estos con procesos eficientes, que permita así a la organización ser competitiva en la industria y beneficie al cliente (Rojas, 2018).

Cliente. Como afirma Barquero (2017), la palabra cliente proviene del griego antiguo y hacer referencia a la persona que depende de, es decir, mis clientes son aquellas personas que tienen cierta necesidad de un producto o servicio que mi empresa puede satisfacer.

Gestión. Según Rojas (2018), se busca gestionar de forma estratégica diferentes categorías como unidades estratégicas que permiten establecer de ventas y de beneficios.

Restaurante. Como afirma Barquero (2017), es un establecimiento público en el que se sirven comidas y bebidas a un determinado precio, para ser consumidas en la mayoría de los casos en el mismo local.

Servicio al Cliente. Es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o servicio, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación de este (Barquero, 2017).

Seguridad. Brindar los conocimientos y la capacidad de los empleados para brindar confianza y confidencia, la prestación de servicios debe ser realizada por el personal debidamente calificado (Barquero, 2017).

2.3. Hipótesis

En el presente informe no se ha planteado hipótesis.

No en todas las investigaciones existen hipótesis, ya que se busca solo describir lo hallado sin modificar o hacer correlacional la investigación (Hernández et al., 2018).

III. METODOLOGÍA

3.1. Nivel tipo y Diseño de la investigación

La investigación fue de diseño no experimental

Fue no experimental, porque no se manipulo deliberadamente a la variable gestión de calidad en estudio solo se observó conforme a la realidad sin sufrir ningún tipo de modificaciones (Rasinger, 2020).

Nivel de Investigación descriptivo

Según indica (Echevarría, 2020), se utilizan bases de información para que una investigación pueda cuantificar los datos reales mediante una técnica del instrumento.

Tipo de Investigación cuantitativo

Porque se ocupó de recoger datos de forma rigurosa mediante instrumentos, a través de un proceso sistemático bajo patrones de predicción y control, constituyendo así una propuesta confirmatoria, inferencial y deductiva (Grove y Gray, 2019).

3.2. Población y muestra

Población

Cómo indica Malhotra (2017), una población es un conjunto que reúne personas con características en común para investigar sobre un problema hallado en el mercado laboral.

La población se conforma por 15 Mypes del rubro de pollerías (Municipalidad Provincial de Huánuco, 2022).

Muestra

La muestra fue no probabilística, ya que se utilizó un estudio de caso: Pollería San Felipe Brasa

Para la variable gestión de calidad la muestra se conformó por 6 trabajadores.

Para la variable atención al cliente la muestra fue escogida por conveniencia y abarca 35 clientes.

Es muestra no probabilística porque el investigador determina los participantes de la investigación por criterio propio (Hernández et al., 2019).

Criterios de inclusión:

- a. Trabajadores de la Mype

b. Clientes de la Mype

Criterios de exclusión:

a. Dueño de la Mype

b. Proveedores

3.3. Variables. Definición y operacionalización

Definición y operacionalización de las variables e indicadores.

Denominación	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición	Indicadores	Ítem	Escala de Medición
Atención al cliente	Según opina Rojas (2018) Es el conjunto de acciones conjuntas para que el cliente adquiera un producto en el momento y lugar adecuado y darle un uso correcto al mismo.	Elementos tangibles	Apariencia de las instalaciones físicas, oficinas,	Infraestructura	1	Likert
				Instalaciones	2/3	
		Cortesía	equipos, personal y materiales de comunicación (Rojas, 2018).	Material de información	4	
			Atención, consideración,	Atención	5	
		Credibilidad	respeto y amabilidad del personal que trata al cliente (Rojas, 2018).	Consideración	6	
			Veracidad, creencia y honestidad en el servicio que se provee (Rojas, 2018).	Veracidad	7	
				Creencia	8	
				Servicio	9/10	

Definición y operacionalización de las variables e indicadores.

Denominación	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición	Indicadores	Ítem	Escala de Medición	
La gestión de Calidad	La gestión de calidad es uno de los puntos fundamentales que se deben tomar en cuenta, además de ello, estar en constante mejora dentro de las empresas; sin importar el tamaño, estructura y naturaleza de sus operaciones, deben demostrar la capacidad que tienen para desempeñarse en esta área (Enríquez, 2021).	Enfoque al cliente	La empresa busca satisfacer las necesidades del cliente como objetivo principal, para ello es	Cliente	1	Likert	
			importante conocer a fondo que es lo que desea este y que busca satisfacer con la adquisición del producto o servicio de una	Necesidad del cliente	2		
			empresa (Enríquez, 2021).	Satisfacción del cliente	3/4		
			Se necesita de una persona que sepa como guiar a sus trabajadores para el cumplimiento de los	Habilidades	5/6		
		Liderazgo	objetivos, esta persona será capaz de orientar a los trabajadores y lograr llegar hasta el cliente (Enríquez, 2021).	Eficiente	7		
			Mejora Continua	Según refiere Enríquez	Organización		8
				(2021) la empresa necesita retroalimentar constantemente el producto y servicio que ofrece a su clientela, para determinar si realizan bien su trabajo o hay aspectos a mejorar dentro y fuera de la empresa.	Desempeño		9/10

3.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos

La técnica utilizada fue la encuesta.

Cómo afirma Hernández et al., (2018), la encuesta hace referencia a maneras y procesos para adquirir respuestas de una determina población.

El instrumento de recolección utilizado fue el cuestionario.

Este es útil porque va a permitir medir resultados que tienen una relación con las variables en investigación (Hernández et al., 2018).

3.5. Métodos de análisis de datos

Se utilizó el análisis descriptivo de variables para analizar los datos de la encuesta. Para detallar este trabajo de investigación se utilizan diversos programas como Excel para elaborar tablas, tablas a detalle; Acrobat Reader para leer archivos PDF, Power Point para crear diapositivas, Turnitin muy utilizado por los estudiantes como ayuda para evitar el plagio.

3.6. Aspectos éticos

Se utilizaron principios impuestos en el reglamento de investigación de la Uladech católica (Uladech, 2019).

1. Principio de protección a las personas, Como encargado de la investigación debo mantener la protección la cual pueda determinar y cubrir los riesgos que suscite y nadie de los clientes encuestados pueda salir afectados. La persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesita protección, el cual se determinará de acuerdo con el riesgo en que necesiten y obtengan un beneficio. Mediante el consentimiento informado, se entendió claramente el propósito del estudio, que incluía la recopilación de información sobre variables y atención al cliente para la gestión de calidad en el negocio avícola de San Felipe Brasa. También mencionaron que se respetará la confidencialidad de los datos recabados y no se violará la privacidad de los participantes. Los productos de este estudio son respetados y utilizados con fines de investigación. Se solicitó el permiso para realizar la investigación a través de una carta dirigida a los gerentes de las empresas de la zona de estudio, la cual fue aceptada mediante aceptación y firma en el mismo documento y a través de medios digitales antes de iniciar el trabajo de campo.

2. Principio de beneficencia y no maleficencia; este estudio no presenta ningún riesgo inherente para los participantes o investigadores del estudio, y los sujetos son informados de esto

durante el proceso de recopilación de información. Siempre se intenta maximizar los intereses a favor de la investigación sin comprometer los derechos de los participantes.

3. Principio de Equidad, después de obtener el consentimiento informado, se debe explicar a cada miembro de la muestra que debe leer atentamente las preguntas del cuestionario y respondernos con la verdad, sin faltar ninguna respuesta a las preguntas, para que el cuestionario no quede invalidado. Como investigador, entiendo la base teórica de las variables de investigación y la dirección de la investigación, y tengo las habilidades y competencias necesarias para llevar a cabo esta investigación.

4. Principio de integridad científica, cada proceso de investigación siguió reglas de conducta ética, autorización y consentimiento informado como investigador, fueron aceptados por los participantes de la muestra, y no se falsificaron ni alteraron las firmas de los investigadores. Además, los participantes como investigadores no manipularon el cuestionario para lograr sus objetivos. Ausencia de conflicto de intereses Si surge un conflicto de intereses durante una investigación, debe resolverse de manera oportuna sin afectar la investigación y los resultados.

5. Principio de libre participación y derecho a estar informado, se debe obtener la aceptación del acuerdo de consentimiento informado de cada participante del ensayo, ya sea firmando explícitamente el acuerdo de consentimiento o aceptando el acuerdo de consentimiento a través de los medios. El medio digital o presencial por el cual el participante accede a participar en este estudio. Una vez más, el acuerdo describe el propósito, los datos de la investigación y el papel de su participación. Por otro lado, se informó a los participantes que no se les plantee ninguna duda para que se resuelva a tiempo y quede todo claro sobre el estudio.

6. Principio de protección al medio ambiente, las muestras para este estudio fueron los empleados y clientes de la pollería de San Felipe Brasa, por lo que no hubo daño ni riesgo de afectar la flora, la fauna o el medio ambiente. En consecuencia, no se les presenta ningún daño, riesgo o beneficio potencial.

IV. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1

Características de la atención al cliente en la microempresa Pollería San Felipe Brasa, Huánuco 2022.

Aspectos de la asistencia al cliente	Respuestas (%)				
	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
Ofrece la confortabilidad necesaria en sus instalaciones	6.0	9.0	23.0	40.0	22.0
El restaurante dispone de lo que se requiere	0.0	6.0	14.0	49.0	31.0
El restaurante proporciona confort	0.0	6.0	23.0	46.0	25.0
El restaurante proporciona detalles sobre sus productos	3.0	6.0	14.0	43.0	34.0
El equipo de trabajo ofrece un trato amistoso y respetuoso	0.0	6.0	23.0	46.0	25.0
El equipo de trabajo está siempre dispuesto a asistir	0.0	9.0	14.0	49.0	28.0
El restaurante satisface las demandas de productos de los clientes	0.0	6.0	26.0	46.0	22.0
Existe información accesible acerca del restaurante	0.0	9.0	14.0	46.0	31.0
El restaurante ofrece un servicio de alta calidad	0.0	9.0	23.0	46.0	22.0
El servicio está asegurado	0.0	9.0	14.0	46.0	31.0

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los 35 clientes de la pollería San Felipe Brasa, Huánuco 2022.

Figura 1

Características de la atención al cliente en la microempresa Pollería San Felipe Brasa, Huánuco 2022.

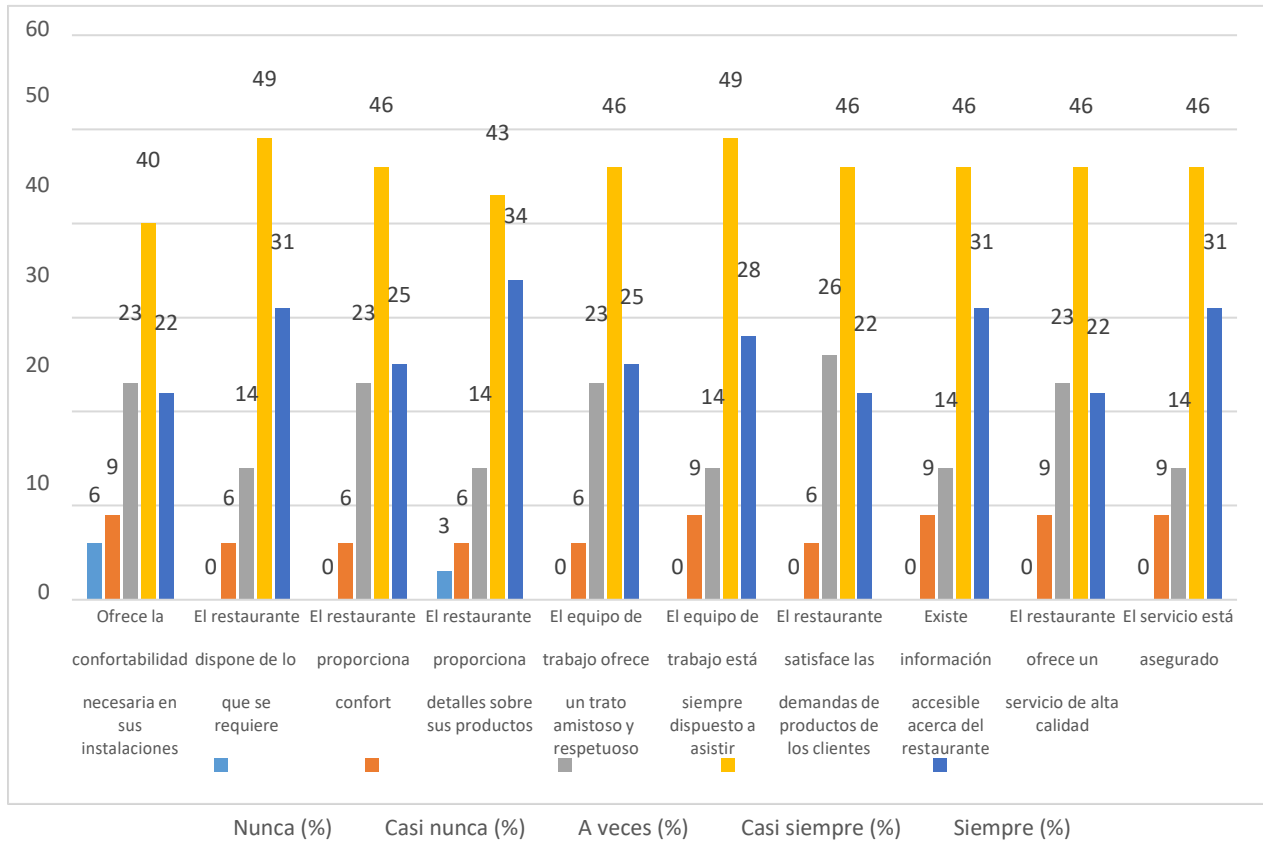


Tabla 2

Características de la gestión de calidad en la empresa pollería San Felipe Brasa, Huánuco 2022.

Características de la gestión de calidad	Respuestas (%)				
	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
Entender a los clientes	0.0	16.7	16.7	50.0	16.6
Atender las demandas del cliente	0.0	0.0	33.3	50.0	16.7
El cliente parte complacido	0.0	16.7	16.7	50.0	16.6
Logra contentar al cliente	0.0	0.0	16.7	66.6	16.7
Tiene a su disposición personal competente	0.0	16.7	16.7	50.0	16.6
El personal demuestra capacidad persuasiva	0.0	0.0	33.3	50.0	16.7
La labor de la empresa es eficaz	0.0	16.7	16.7	50.0	16.6
La empresa exhibe una organización sólida	0.0	0.0	33.3	50.0	16.7
El personal exhibe eficacia en su trabajo	0.0	33.3	0.0	50.0	16.7

Nota. *Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los 6 trabajadores de la pollería San Felipe Brasa, Huánuco 2022.*

Figura 2

Características de la gestión de calidad en la empresa pollería San Felipe Brasa, Huánuco 2022.

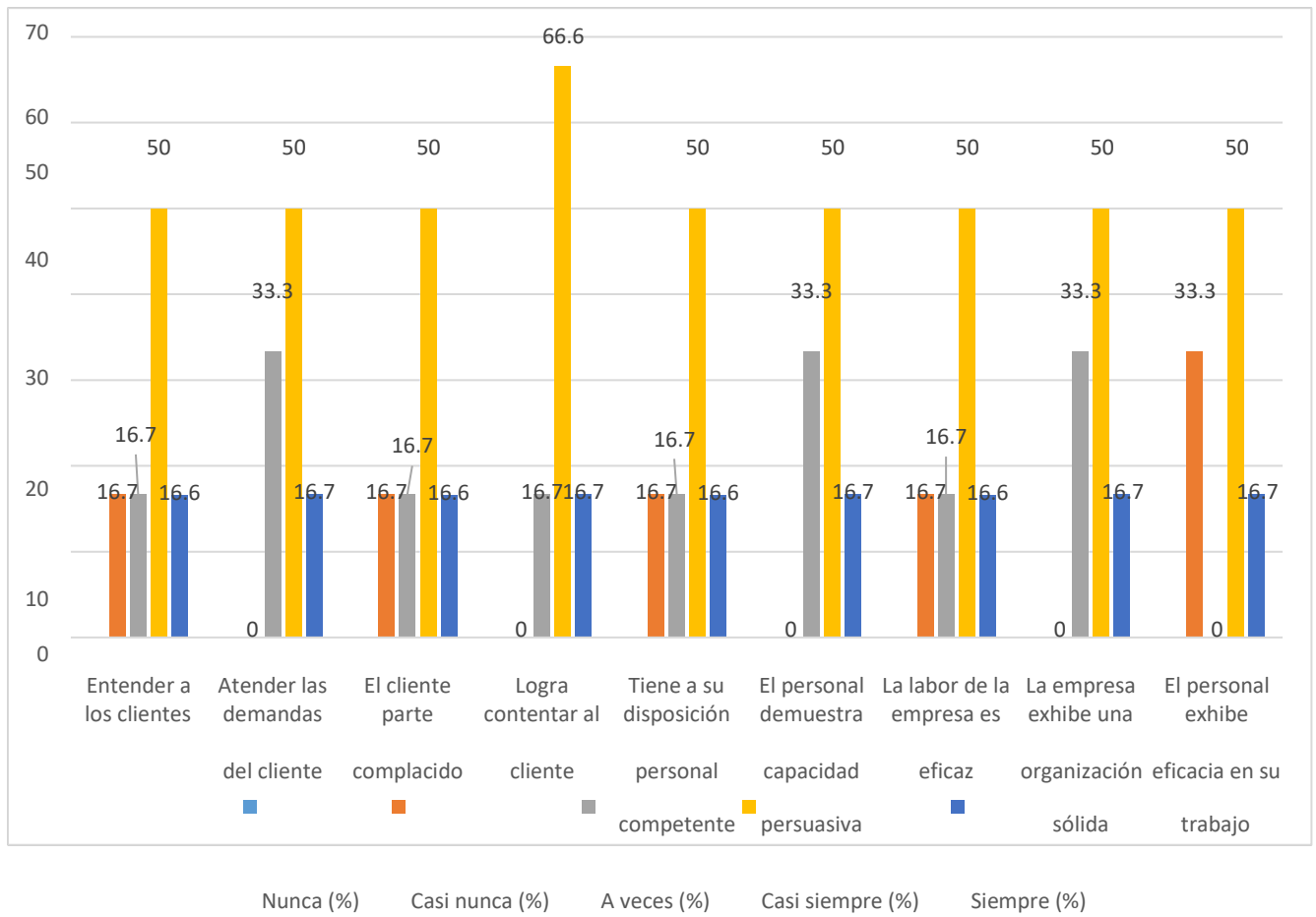


Tabla 3

Propuesta de mejora en atención al cliente para la gestión de la calidad en la pollería San Felipe Brasa, Huánuco 2022.

Indicador de la dimensión	Problema identificado	Causas del problema	Acción de mejora (estrategia)	Objetivo	Meta	Indicador de medición	Presupuesto	Tiempo estimado	Responsable
	Falta de comodidad	No existe una buena infraestructura	Mejorar la infraestructura	Comodidad para los clientes	Mejora de la infraestructura	01 infraestructura mejorada	s/. 20,000	1 año	Arquitecto
Atención al cliente	Producto solicitado deficiente	El producto no es como se menciona	Mejorar la calidad del producto	Ofrecer un producto de calidad	Elaborar productos de calidad	01 producto	s/. 500	diario	Cocinero
	Falta trato agradable y cordial	El trabajador no brinda un buen trato	Capacitar a los trabajadores en atención al cliente	Atención eficaz hacia el cliente	Implementar dos capacitaciones al mes	02 capacitaciones	s/. 100	Mensual	Dueño

5.2. Discusión

Referente a las características de la atención al cliente en la pollería San Felipe Brasa, Huánuco 2022.

El 40% (14 clientes) manifestó que el restaurant casi siempre le brinda la comodidad que requiere en su instalación. El resultado coincide con Bueno (2018), quién manifiesta que el 75.0% de los representantes aseguran que las dificultades para implementar la comodidad al no adaptarse a los cambios, sin embargo, esto contrasta con Jijón (2018), quien señala que la atención al cliente es deficiente debido a la mala infraestructura, lo que ha conllevado una reducción de las ventas con relación a períodos anteriores. Esto demuestra que la empresa tiene que mejorar en el espacio del restaurant para brindar mayor comodidad y los clientes estén conforme con lo que ofrece la empresa.

El 49% (17 clientes) manifestó que el restaurant casi siempre contiene con todo lo que usted necesita. El resultado coincide con Medina (2018), quien halló que en su pollería los clientes salen satisfechos ya que encuentran todo lo que desean y logran satisfacer sus necesidades, aunque esto refuta a lo expuesto por Bueno (2018), quién manifiesta que el 75.0% de los representantes aseguran existen dificultades para implementar y ayudar en el contenido de la pollería. Esto demuestra que la empresa tiene que mejorar en el restaurante contiene con todo lo que usted necesita.

El 43% (15 clientes) manifestó que el restaurant casi siempre le brinda la información de sus productos que adquiere. El resultado coincide con Erazo (2019), dónde el 93.23% de los clientes consideran que los productos que adquiere satisfacen sus necesidades y están bien caracterizados para su compra, pero esto contrasta con Bueno (2018), quién manifiesta que el 75.0% de los representantes aseguran que las dificultades para implementar la gestión de calidad es que no se adaptan a los cambios. Esto demuestra que la empresa tiene que mejorar en el restaurant le brinda la información de sus productos que adquiere.

El 46% (16 clientes) manifestó que el personal del restaurant casi siempre maneja un trato agradable y cordial. El resultado coincide con Erazo (2019), ya que el 93.75% de los clientes consideran que los trabajadores de la bodega le demuestran respeto al ser atendido; este resultado refuta con Bueno (2018), quién manifiesta que el 75.0% de los representantes aseguran que las

dificultades para implementar la gestión de calidad es que no se adaptan a los cambios. Esto demuestra que la empresa tiene que mejorar en el personal del restaurant maneja un trato agradable y cordial.

El 49% (17 clientes) manifestó que casi siempre el personal del restaurant ofrece su ayuda desde que usted llega, esto se asemeja a lo hallado por Trebejo (2020), donde el 50% opina que se brinda una buena atención y orientación a los clientes, el resultado no coincide con Bueno (2018), quién manifiesta que el 75.0% de los representantes aseguran que las dificultades para implementar la gestión de calidad es que no se adaptan a los cambios. Esto demuestra que la empresa tiene que mejorar en el personal del restaurant ofrece su ayuda desde que usted llega.

El 46% (16 clientes) manifestó que a veces el restaurant cumple con el producto que se le solicita. El resultado coincide con Hidalgo (2019), dónde el 80% de los encuestados remiten que existe una buena atención y si se obtiene el producto ofrecido, sin embargo, esto refuta con Bueno (2018), quién manifiesta que el 75.0% de los representantes aseguran que las dificultades para implementar la gestión de calidad es que no se adaptan a los cambios. Esto demuestra que la empresa tiene que mejorar en el restaurant cumple con el producto que solicita.

El 46% (16 clientes) manifestó que casi siempre están conforme con la información todo sobre el contenido del restaurant. El resultado coincide con Flores (2019), quien indica que en la empresa existe una alta capacidad de respuesta ante dudas y consultas que tengan los clientes, pero ello contrasta con Bueno (2018), quién manifiesta que el 75.0% de los representantes aseguran que las dificultades para implementar la gestión de calidad es que no se adaptan a los cambios. Esto demuestra que la empresa tiene que mejorar con la información todo sobre el contenido del restaurant.

El 46% (16 clientes) manifestó que casi siempre están conforme con el restaurant le brindo un buen servicio. El resultado coincide con Chota (2018), quien señala que siempre el negocio cumple con satisfacer las exigencias de los clientes, el resultado no coincide con Bueno (2018), quién manifiesta que el 75.0% de los representantes aseguran que las dificultades para implementar la gestión de calidad es que no se adaptan a los cambios. Esto demuestra que la empresa tiene que mejorar en el restaurant le brindo un buen servicio.

El 46% (16 clientes) manifestó que casi siempre están conforme con el servicio de la Pollería, que es garantizado; el resultado coincide con García (2018), quien indica que existe una

garantía de calidad en el producto que ofrece la empresa, ello contrasta con Bueno (2018), quién manifiesta que el 75.0% de los representantes aseguran que las dificultades para implementar la gestión de calidad es que no se adaptan a los cambios. Esto demuestra que la empresa tiene que mejorar en el servicio de la Pollería para llegar a la satisfacción total.

Referente a las características de la gestión de calidad en la pollería San Felipe Brasa, Huánuco 2022.

El 50% (3 trabajadores) manifestó que casi siempre conoce a sus clientes. El resultado se asemeja a lo hallado por Chota (2018), dónde el elemento impacto social busca interrelacionar al cliente y trabajadores para mejorar la interacción y comunicación de estos; sin embargo, el resultado contrasta con García (2018), dónde Se ha obtenido que hace falta la creación de un manual de calidad con la norma ISO 9001:2015 para mejorar los problemas de relación y buen trato con los clientes y lograr una calidad total del servicio y producto ofrecido.

El 50% (3 trabajadores) manifestó que casi siempre cumple con las necesidades de sus clientes. El resultado coincide con Chota (2018), ya que siempre el negocio cumple con satisfacer las exigencias de los clientes, puesto que siempre se ofrece un servicio de calidad, sintiéndose satisfechos de los productos ofrecidos por las distribuidoras, pero esto refuta con Trebejo (2020), ya que el 67% de los encuestados manifestaron que no conocen el término de gestión de calidad y no han logrado por ello satisfacer la necesidad de su clientela.

Los clientes se van satisfecho: El 50% (3 trabajadores) manifestó que casi siempre están conforme con que los clientes se van satisfecho. El resultado coincide con Aparcana (2019), dónde el 52.5% de encuestados marcaron los criterios de siempre y casi siempre, incluido la satisfacción de los clientes lograda por la empresa, esto refuta con Pacheco (2018), quién manifiesta que en las empresas en estudio poseen un mal sistema de gestión de calidad. Esto demuestra que la empresa tiene que mejorar en que los clientes se van satisfecho.

La empresa consigue la satisfacción de los clientes: El 66.67% (4 trabajadores) manifestó que casi siempre están conforme en que la empresa consigue la satisfacción de los clientes. El resultado coincide con Erazo (2019), porque el 93.23% de los clientes consideran que los productos que adquiere satisfacen sus necesidades, pero esto no coincide con lo hallado por Bueno (2018), quién manifiesta que el 75.0% de los representantes aseguran que las dificultades para implementar la gestión de calidad porque no se adaptan a los cambios.

El 50% (3 trabajadores) manifestó que casi siempre la empresa cuenta con personal con habilidad en su labor. El resultado coincide con Hidalgo (2019), ya que determinó que la gestión de calidad ayuda a cumplir, de manera adecuada, las normas relacionadas a productos y servicios en las MYPES del lugar, el resultado no coincide con Espinoza (2020), ya que el 40% afirma que cuenta con dificultades para la implementación de gestión de calidad ya que no se adaptan a los cambios y no logran mejorar las habilidades y desempeño de su personal.

El 66.67% (4 trabajadores) manifestó que casi siempre están conforme con los personales convencen con sus habilidades, El resultado coincide con Hidalgo (2019), ya que determinó que la gestión de calidad ayuda a cumplir, de manera adecuada, las normas relacionadas a productos y servicios en las MYPES del lugar, el resultado no coincide con Espinoza (2020), ya que el 40% afirma que cuenta con dificultades para la implementación de gestión de calidad ya que no se adaptan a los cambios y no logran mejorar las habilidades y desempeño de su personal.

El 50% (3 trabajadores) manifestó que a casi siempre es eficiente el trabajo de la empresa. El resultado coincide con Parihuaman (2019), quién manifiesta que el 40% afirmaron que siempre vigilan el proceso de servicio de restaurantes opere con efectividad y lograr la eficiencia en la calidad, ello refuta con Espinoza (2020), dónde el 40% afirma que cuenta con dificultades para la implementación de gestión de calidad ya que no se adaptan a los cambios y ello no ayuda a la eficiencia del trabajo que demuestra la empresa.

La empresa tiene una buena organización: El 50% (3 trabajadores) manifestó que casi siempre la empresa tiene una buena organización. El resultado coincide con Pariasca (2019), porque el 80.00% Considera que el valor de propuesta que ofrece a sus clientes es el punto diferenciador de sus competidores, ello refuta con Bueno (2018), quién manifiesta que el 75.0% de los representantes aseguran que las dificultades para implementar la gestión de calidad es que no se adaptan a los cambios. Esto demuestra que la empresa tiene que mejorar en tener una buena organización.

Los personales muestran desempeño en sus trabajos: El 50% (3 trabajadores) manifestó que casi siempre el personal muestra desempeño en sus trabajos, esto se asemeja a lo hallado por Hidalgo (2019), dónde el 80% señala que prefieren la empresa por la atención que se les brinda; sin embargo, el resultado no coincide con Trebejo (2020), quién manifiesta que el 39% de las

empresas manifestaron no haber brindado ninguna capacitación, lo que dificulta el desempeño de sus trabajadores. Esto indica que la empresa tiene que mejorar en el desempeño de su personal.

V. CONCLUSIONES

Los clientes experimentaron un notable nivel de incomodidad, especialmente relacionado con la infraestructura y los recursos físicos del establecimiento. Esto generó molestias durante la visita de los clientes. Asimismo, la empresa no logró satisfacer totalmente las expectativas de los clientes con relación al producto, lo que generó insatisfacción y una disminución en la intención de regresar al establecimiento, lo que a su vez resultó en una pérdida de la lealtad de los clientes habituales. La atención al cliente presentó índices de carencia de amabilidad y el servicio presentó indicadores de baja calidad, lo que redujo el interés de los clientes en adquirir productos en la empresa.

El restaurante contó con indicadores altos de que cuenta con los productos que los clientes demandaron. Además, se ha notado que el equipo de trabajo ofreció ayuda y acompañamiento a los clientes desde que llegan hasta que se van, suministrando información precisa sobre los productos y aspectos generales de la empresa. Además, se brindó un servicio al cliente de calidad, lo que la mayoría considera como algo asegurado.

La empresa logró satisfacer a sus clientes en gran proporción, ya que el equipo de trabajo posee habilidades persuasivas que les permiten retener a los clientes en el establecimiento. La empresa también se esforzó en conocer a la mayoría de sus clientes y en gran medida cumplió con sus necesidades, lo que resultó en clientes satisfechos al abandonar la pollería. La mayoría del personal demostró eficiencia y un buen desempeño en su trabajo, y en general, la organización de la empresa fue buena.

Para mejorar, es importante que la empresa se centre en atender los aspectos señalados como áreas de mejora. De esta manera, podrá hacer frente de manera efectiva a las amenazas presentes en su entorno competitivo en el distrito. Se han identificado áreas específicas para la mejora, como la infraestructura y la ubicación del local, las cuales deben recibir especial atención para lograr mejoras significativas.

VI. RECOMENDACIONES

Mejorar la infraestructura y los recursos materiales internos para proporcionar un espacio más adecuado a sus clientes. Asimismo, se debe trabajar en la mejora de la producción y elaboración del producto para garantizar que los clientes reciban exactamente lo que se les promete. Asimismo, es crucial proporcionar formación al personal con el fin de potenciar la calidad del servicio al cliente desde su llegada hasta su partida.

Mejorar la atención al cliente y brindar una capacitación más sólida a los empleados para que puedan ofrecer orientación y asistencia en caso de dudas o necesidades que los clientes puedan tener.

Realizar esfuerzos adicionales para mejorar las habilidades de los trabajadores mediante la implementación de cursos de capacitación. También se recomienda establecer un modelo de liderazgo sólido para guiar de manera más efectiva a los empleados y fortalecer la relación con los clientes y sus necesidades en la pollería.

Implementar un plan de mejoras anual que incluya la actualización de la infraestructura tanto interna como externa, para garantizar que todos los elementos y mobiliario empleados por los consumidores estén en óptimas condiciones y brinden una experiencia satisfactoria.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acuña, J. (2018). *Mejoramiento de la calidad. Un enfoque a servicios*. Costa Rica.
- Ayala, C. (2019). *Gestión de calidad y su incidencia en la competitividad de las Mypes del sector comercial, rubro abarrotes del distrito de Sullana. Año 2018*. Sullana.
- Benavides, C., & Quintana, C. (2018). *Gestión del Conocimiento y Calidad Total*.
- Bernal, C. (2018). *Metodología de la Investigación*. México.
- Botello, J. (2018). *Gestión de calidad en la mejora continua de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de comida oriental de la avenida Pacifico del distrito de Nuevo Chimbote, 2016*. Nuevo Chimbote.
- Bueno M., M. P. (2018). *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurantes en la urb. 21 de abril, Chimbote, 2016*. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/8233>
- Chang, R., & Niedzwiechi, M. (2018). *Las Herramientas para la Mejora Continua de la Calidad*.
- Córdova, E. (2020). *Relación entre factores de calidad y competitividad de las MYPES rubro restaurantes en AA. HH Las Malvinas distrito Veintiséis de Octubre (Piura) – 2017*. Piura.
- Cruz, Y. (2018). *Caracterización competitividad y gestión de calidad en las mype rubro banano orgánico en Tumbes, 2016*. Tumbes.
- Enríquez., M. (2021). *Gestión de la calidad: Enfoque y definición*. Pearson, México.
- Fabian C, R. G. (2020). *El Marketing Mix y la Gestión de Calidad del Restaurant- Pollería el Viajero EIRL. Amarilis - Huánuco, 2019*
- Fernández, E. (2018). *La competitividad de la empresa*.
- Ferreira, R. (2018). *Introducción a las técnicas cualitativas de investigación aplicadas en salud*. Barcelona.
- Flores S., D. C. (2019). *La calidad del servicio en la atención al cliente en la mype, rubro restaurante, caso "Plaza Restaurant", del distrito San Vicente, provincia Cañete, año 2019*. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú. <http://repositorio.uladech.edu.pe/xmlui/handle/20.500.13032/15051?show=full>
- García, C. (2018). *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector servicios, estaciones de servicios, distrito de Iquitos, año 2018*. Iquitos.

- Gómez, M. (2018). Introducción a la metodología de la investigación científica. Brujas.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2017). Metodología de la investigación (Sexta). Mc Graw Hill.
- Hidalgo, K. (2019). Gestión de calidad con el uso de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedaje del distrito de Huarney, año 2016. Huarney.
- INEI [Instituto Nacional de Estadística e Informática] (2018). *Perú: Estructura empresarial, 2018*. Perú.https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1703/libro.pdf
- Inegi. (2019). Diseño de la muestra en proyectos de encuesta. México.
- Jijón A., J. (2018). *Propuesta de un modelo de Gestión en Calidad de Servicio, basado en la norma Internacional ISO 9001: 2008, en empresas de comercialización de productos de consumo masivo, caso: Almacenes la Rebaja*. Revista Científica Sinapsis, 2(21). <https://doi.org/10.37117/s.v2i21.680>
- Malhotra, N. (2014). Investigación de mercados: un enfoque aplicado. México.
- Miranda, F., Chamorro, A., & Rubio, S. (2018). Introducción a la Gestión de Calidad. Madrid.
- Municipalidad Provincial de Huánuco. (2022). Censo de empresas del rubro pollería. Obtenido de: <https://www.peruyello.com/location/Hu%C3%A1nuco>
- Nava, V., & Jiménez, A. (2018). ISO 9000: 2000: Estrategias Para Implementar La Norma De Calidad.
- Pacheco, B. (2021). Implementación de un sistema de gestión de calidad aplicando la norma ISO 9001:2015 para mejorar la gestión administrativa de la Empresa Naylamp Ingenieros S.A.C. Tesis para optar el título profesional de Ingeniero Industrial, Escuela Académico Profesional de Ingeniería Industrial, Universidad Continental
- Prieto, J. (2018). Administración: Teorías, autores, fases y reflexiones. Bogotá.
- Rojas M., C. (2018). *Calidad de servicio como elemento clave de la responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas*. Colombia.
- Rojas S., M. (2017). Estrategias del servicio al cliente para mejorar la rentabilidad en la ferretería J&M de Jaén – 2017. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/4960>
- Rubio, L., & Baz, V. (2018). El poder de la competitividad. México.

- Surita, E. (2019). Caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de muebles en la ciudad de Sullana, año 2018. Sullana.
- Toros, I., & Parra, R. (2018). Método y conocimiento: metodología de la investigación. Medellín.
- Trebejo G., R. R. (2020). *La atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en los micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro metalmecánico, en el distrito de Huacho, 2019.*
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/15540>
- Uladech. (2019). Código de Ética de Investigación. Chimbote.
- Verónica, L. (2017). El poder de la competitividad. México.

ANEXOS

Anexo 1 Matriz de consistencia

Matriz de consistencia

Enunciado del problema	Objetivos	Variable	Hipótesis	Metodología	Población y muestra	Técnicas e instrumentos
<p>¿Cuál es propuesta de mejora en atención al cliente y gestión de calidad de la microempresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa, Huánuco, 2022?</p>	a. Objetivo general:	Variable 1				
	Identificar la propuesta de mejora en atención al cliente y gestión de calidad de la microempresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa, Huánuco, 2022.	Atención al cliente		Tipo de investigación		
				Cuantitativo		
	b. Objetivos específicos:	Variable 2				
	1. Determinar las características de la Atención al cliente en la microempresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa, Huánuco, 2022.	Gestión de calidad	No existe hipótesis	Nivel de la investigación	Población	Técnica:
	2. Determinar las características de la gestión de calidad de la microempresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa, Huánuco, 2022.			Descriptivo	(Municipalidad de Huánuco).	Encuesta
	3. Describir la propuesta de mejora en la micro empresa del sector servicio,” caso: Pollería San Felipe Brasa, Huánuco, 2022			Diseño de la investigación	Muestra	Instrumento:
				No experimental-Transversal	6 trabajadores y 5 clientes de la empresa San Felipe Brasa.	Cuestionario

Anexo 2 Instrumento de recolección de datos



ENCUESTA DE GESTION DE LA CALIDAD EN POLLERÍA SAN FELIPE BRASA

La siguiente encuesta tiene como objetivo obtener información para obtener propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad de la microempresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa, Huánuco, 2022

La información que usted brindará será útil e importante para recopilar información de forma confidencial, que será utilizada únicamente con fines académicos.

Lea con detenimiento cada una de las preguntas y responda de acuerdo con la escala brindada.

Escala:

- Siempre
- A veces
- Nunca

Gestión de Calidad

DIMENSIONES	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
Enfoque al cliente					
¿Conoce a sus clientes?					
¿Cumple con las necesidades de sus clientes?					
¿Los clientes se van satisfecho?					
¿La empresa consigue con la satisfacción de los clientes?					
Liderazgo					
¿La empresa cuenta con personales con habilidad en su labor?					
¿Los personales convencen con sus habilidades?					
¿Es eficiente el trabajo de la empresa?					
Mejora Continua					
¿La empresa tiene una buena organización?					
¿Los personales muestran desempeño en sus trabajos?					
¿Los personales convencen con el desempeño que realizo durante el día?					

Atención al cliente

DIMENSIONES	Siempre	Casi siempre	Aveces	Casi nunca	Nunca
Elementos Tangibles					
¿El restaurant le brinda la comodidad que requiere en su instalación?					
¿El restaurant contiene con todo lo que usted necesita?					
¿El restaurant contiene con todo lo que usted necesita, y se sienta cómodo(a)?					
¿El restaurant le brinda la información de sus productos que adquiere?					
Cortesía					
¿El personal del restaurant maneja un trato agradable y cordial?					
¿El personal del restaurant ofrece su ayuda desde que usted llega?					
Credibilidad					
¿El restaurant cumple con el producto que solicita?					
¿Le informaron todo sobre el contenido del restaurant?					
¿El restaurant le brindo un buen servicio?					
¿El servicio de la Pollería es garantizado?					



Anexo 3 Validación de expertos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TITULO: PROPUESTA DE MEJORA DE ATENCION AL CLIENTE Y GESTION DE CALIDAD DE LA MICRO EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, CASO: POLLERIA SAN FELIPE BRASA, HUANUCO, 2022

AUTOR: ESPINOZA PONCE, SHEILA MELANNY DEYNA

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS
GESTION DE CALIDAD

Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más Items para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	Enfoque al cliente								
1	¿Conoce a sus clientes?	X		X		X		X	
2	¿Cumple con las necesidades de sus clientes?	X		X		X		X	
3	¿Los clientes se van satisfecho?	X		X		X		X	
4	¿La empresa consigue con la satisfacción de los clientes?	X		X		X		X	
	Liderazgo								
5	¿La empresa cuenta con personales con habilidad en su labor?	X		X		X		X	
6	¿Los personales convencen con sus habilidades?	X		X		X		X	
7	¿Es eficiente el trabajo de la empresa?	X		X		X		X	
	Mejora Continua								
8	¿La empresa tiene una buena organización?	X		X		X		X	
9	¿Los personales muestran desempeño en sus	X		X		X		X	

	trabajos?							
10	¿Los personales convencen con el desempeño que realizo durante el día?	x	x	x	x			

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TÍTULO: PROPUESTA DE MEJORA DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y GESTION DE CALIDAD DE LA MICRO EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, CASO: POLLERIA SAN FELIPE BRASA, HUANUCO, 2022

AUTOR: ESPINOZA PONCE, SHEILA MELANNY DEYNA

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS
ATENCIÓN AL CLIENTE

Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso o quiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	Elementos Tanzibles								
1	¿El restaurant le brinda la comodidad que requiere en su instalación?	x		x		x		X	
2	¿El restaurant contiene con todo lo que usted necesita?	x		x		x		X	
3	¿El restaurant contiene con todo lo que usted necesita, y se sienta cómodo(a)?	x		x		x		X	
4	¿El restaurant le brinda la información de sus productos que adquiere.	x		x		x		x	
	Cortesía								
5	¿El personal del restaurant maneja un trato agradable y cordial?	x		x		x		X	
6	¿El personal del restaurant ofrece su ayuda desde que usted llega?	x		x		x		x	
	Credibilidad								
7	¿El restaurant cumple con el producto que solicita?	x		x		x		X	
8	¿Le informaron todo sobre el contenido	x		x		x		x	

	del restaurant?						
9	¿El resrauranr re onnoo un ouen serviciov	x	x	x			X
10	¿El servicio de la Potlena es garantizado?	x	x	x			x

Observaciones:

Referirse a los encuestados con palabras formales

Apellidos y nombres del infomante (Experto) Anaya Moreno Yuri

Grado Académico: Magister

Profesión: Magíster

Institución donde labora: Municipalidad Provincial de Aija

Cargo que desempeña: Jefe de abastecimientos y patrimonio



Firma

Anaya Moreno Yuri

DNI N°43774068

CLAD: 07891

N° DE COLEGIATURA 12504



FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TITULO: PROPUESTA DE MEJORA DE ATENCION AL CLIENTE Y GESTION DE CALIDAD DE LA MICRO EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, CASO: POLLERIA SAN FELIPE BRASA, HUANUCO, 2022

AUTOR: ESPINOZA PONCE, SHEILA MELANNY DEYNA

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS
GESTION DE CALIDAD

Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorarse la redacción?		¿Es tendencioso/aquiescente?		¿Se necesitan más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	Enfoque al cliente								
1	¿Conoce a sus clientes?	x		x		x		X	
2	¿Cumple con las necesidades de sus clientes?	x		x		x		x	
3	¿Los clientes se van satisfecho?	x		x		x		X	
4	¿La empresa consigue con la satisfacción de los clientes?	x		x		x		x	
	Liderazgo								
5	¿La empresa cuenta con personales con habilidad en su labor?	x		x		x		X	
6	¿Los personales convencen con sus habilidades?	x		x		x		X	
7	¿Es eficiente el trabajo de la empresa?	x		x		x		x	
	Mejora Continua								
8	¿La empresa tiene una buena organización?	x		x		x		X	
9	¿Los personales muestran desempeño en sus	x		x		x		X	

	trabajos?							
10	¿Los personales convencen con el desempeño que realizo durante el día?	x	x	x	x			

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TÍTULO: PROPUESTA DE MEJORA DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y GESTION DE CALIDAD DE LA MICRO EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, CASO: POLLERIA SAN FELIPE BRASA, HUANUCO, 2022

AUTOR: ESPINOZA PONCE, SHEILA MELANNY DEYNA

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS
ATENCIÓN AL CLIENTE

Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso o quiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	Elementos Tangibles								
1	¿El restaurant le brinda la comodidad que requiere en su instalación?	x		x		x		X	
2	¿El restaurant contiene con todo lo que usted necesita?	x		x		x		X	
3	¿El restaurant contiene con todo lo que usted necesita, y se sienta cómodo(a)?	x		x		x		X	
4	¿El restaurant le brinda la información de sus productos que adquiere.	x		x		x		x	
	Cortesía								
5	¿El personal del restaurant maneja un trato agradable y cordial?	x		x		x		X	
6	¿El personal del restaurant ofrece su ayuda desde que usted llega?	x		x		x		x	
	Credibilidad								
7	¿El restaurant cumple con el producto que solicita?	x		x		x		X	
8	¿Le informaron todo sobre el contenido	x		x		x		x	

	del restaurant?						
9	¿El resrauranr re onnoo un ouen serviciov	x	x	x			X
10	¿El servicio de la Potlena es garantizado?	x	x	x			x

Observaciones: Revisar la ortografía y tildes en las preguntas

Apellidos y nombres del informante (Experto): Uribe Cornelio Guido

Grado Académico: Magister

Profesión: Licenciado en Administración

Institución donde labora: Independiente

Cargo que desempeña: Independiente



Firma

URIBE CORNELIO GUIDO ELMER

DNI N°70117561

N°DE COLEGIATURA 12504



FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TITULO: PROPUESTA DE MEJORA DE ATENCION AL CLIENTE Y GESTION DE CALIDAD DE LA MICRO EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, CASO: POLLERIA SAN FELIPE BRASA, HUANUCO, 2022

AUTOR: ESPINOZA PONCE, SHEILA MELANNY DEYNA

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS
GESTION DE CALIDAD

Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorarse la redacción?		¿Es tendencioso/aquiescente?		¿Se necesitan más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	Enfoque al cliente								
1	¿Conoce a sus clientes?	x		x		x		X	
2	¿Cumple con las necesidades de sus clientes?	x		x		x		x	
3	¿Los clientes se van satisfecho?	x		x		x		X	
4	¿La empresa consigue con la satisfacción de los clientes?	x		x		x		x	
	Liderazgo								
5	¿La empresa cuenta con personales con habilidad en su labor?	x		x		x		X	
6	¿Los personales convencen con sus habilidades?	x		x		x		X	
7	¿Es eficiente el trabajo de la empresa?	x		x		x		x	
	Mejora Continua								
8	¿La empresa tiene una buena organización?	x		x		x		X	
9	¿Los personales muestran desempeño en sus	x		x		x		X	

	trabajos?							
10	¿Los personales convencen con el desempeño que realizo durante el día?	x	x	x	x			

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TÍTULO: PROPUESTA DE MEJORA DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y GESTION DE CALIDAD DE LA MICRO EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, CASO: POLLERIA SAN FELIPE BRASA, HUANUCO, 2022

AUTOR: ESPINOZA PONCE, SHEILA MELANNY DEYNA

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS
ATENCIÓN AL CLIENTE

Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso o quiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	Elementos Tanzibles								
1	¿El restaurant le brinda la comodidad que requiere en su instalación?	x		x		x		X	
2	¿El restaurant contiene con todo lo que usted necesita?	x		x		x		X	
3	¿El restaurant contiene con todo lo que usted necesita, y se sienta cómodo(a)?	x		x		x		X	
4	¿El restaurant le brinda la información de sus productos que adquiere.	x		x		x		x	
	Cortesía								
5	¿El personal del restaurant maneja un trato agradable y cordial?	x		x		x		X	
6	¿El personal del restaurant ofrece su ayuda desde que usted llega?	x		x		x		x	
	Credibilidad								
7	¿El restaurant cumple con el producto que solicita?	x		x		x		X	
8	¿Le informaron todo sobre el contenido	x		x		x		x	

	del restaurant?						
9	¿El resrauranr re onnoo un ouen serviciov	x	x	x			X
10	¿El servicio de la Potlena es garantizado?	x	x	x			x

Observaciones:Aprobado

Apellidos y nombres del informante (Experto): Espinoza Yauri Joset

Grado Académico: Magister

Profesión: Administrador

Institución donde labora: Unidad de Gestión Educativa Local de Aija

Cargo que desempeña: Planillero



Firma

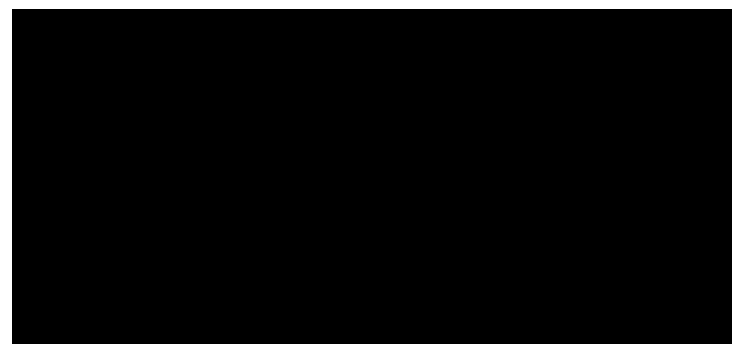
ESPINOZA YAURI JOSET

DNI N° 46184435

Anexo N° 4: Prueba de confiabilidad del instrumento (Alfa de Cronbach)

N°	CLIENTES ENCUESTADOS				PRINCIPIOS DE GESTION DE CALIDAD										SUMA
	Nombre y Apellidos	Fecha	Sexo	Edad	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	
1	Maria Lopez Gurierres	1	2	7	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	12
2	Andres Arias Quispe	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
3	Pedro Cesar Colla	1	1	2	3	3	3	1	3	3	3	3	4	3	29
4	Cecilia Caceres Perez	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
5	Luisa Manzo Lopez	1	2	7	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	35
6	Lina Manrique Isidoro	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
					0.88888889	0.47222222	0.88888889	0.33333333	0.88888889	0.22222222	0.88888889	0.47222222	1.25	0.47222222	54.5555556

CUESTIONARIO	1	Siempre
	2	Casi siempre
	3	Aveces
	4	Casi Nunca
	5	Nunca
FECHA		
	1	16/08/2022
	2	17/08/2022



EDAD	1	17-18 años
	2	19- 20 años
	3	21- 22 años
	4	23-24 años
	5	25-26 años

K=	10
V.=	8.70204082
Vt=	43.6620408

AL	CLIENTES ENCUESTADOS				PRINCIPIOS DE ATENCION AL CLIENTE										
	Nombre y Apellidos	Fecha	Sexo	Edad	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	SUMA
1	Joseph Lister Torres	1	2	7	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	12
2	Klara Anais Argandoña Rojas	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
3	Roxana Salinas Huaman	1	1	2	3	3	3	1	3	3	3	3	4	3	29
4	Cespedes Sanchez Xiomara	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
5	Alan Mallqui Ruth	1	2	7	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	35
6	Llanto Verde Llanina	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
7	Leo Benites Diego	1	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	26
8	Jhon Diaz Apelo	1	2	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
9	Maria Vega Vega	1	1	4	2	4	2	1	2	4	2	4	2	4	27
10	Roberth Atencia Ariza	1	2	1	3	1	3	2	3	1	3	1	3	1	21
11	Veronica Guevara Durand	1	1	4	4	2	4	1	4	2	4	2	4	2	29
12	Janina Venegas Granados	1	2	5	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	16
13	Erlita Perez Campos	1	1	7	3	2	3	1	3	2	3	2	3	2	24
14	Elson Huaman Garcia	1	2	1	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	24
15	Elmer Huerto Ramos	1	2	4	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	14
16	Kathia Rojas Diego	1	1	5	3	4	3	2	3	4	3	4	3	4	33
17	Miller Bustillos Gomez	1	1	1	3	2	3	4	3	2	3	2	3	2	27
18	Quiñones Caceres Magali	1	1	1	2	0	2	2	2	0	2	0	2	0	12
19	Diana Luna Flores	1	2	4	3	1	3	2	3	1	3	1	3	1	21
20	Jhoselyn Zambrano Gavidia	1	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	19
21	Mariel Araujo Espinoza	2	2	6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
22	Toledo Maiz Jaime	2	2	7	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	23
23	David Sanchez Cruz	2	1	7	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	20
24	Liv Cov Mego	2	1	7	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
25	Leonardo Soto Traveraño	2	1	7	3	5	1	1	1	4	3	4	3	4	29
26	Diego Perez Saturnino	2	1	7	5	2	3	5	3	2	3	2	3	2	30

27	Pado Perez Mendoza	2	1	7	4	3	2	3	2	3	2	3	2	3	27
28	Liz Ponce Rojas	2	1	7	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
29	Ana Karina Roble Cusqui	2	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
30	Josue Coz Casqui	2	1	5	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	21
31	Diego Perez Saturnino	2	1	7	2	1	2	4	2	1	2	1	2	1	18
32	Pado Perez Mendoza	2	1	7	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	15
33	Liz Ponce Rojas	2	1	7	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	15
34	Ana Karina Roble Cusqui	2	1	5	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	15
35	Josue Coz Casqui	2	1	5	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	15
					1.19673469	1.02857143	0.70693878	0.97142857	0.70693878	0.85714286	0.69387755	0.88489796	0.77061224	0.88489796	43.6620408

CUESTIONARIO	1	Siempre
	2	Casi siempre
	3	Aveces
	4	Casi Nunca
	5	Nunca
FECHA	1	16/08/2022
	2	17/08/2022
EDAD	1	17-18 años
	2	19- 20 años
	3	21- 22 años
	4	23-24 años

K=	10
V.=	8.70204082
Vt=	43.6620408



Anexo 5. Consentimiento Informado

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MICRO EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, CASO: POLLERÍA SAN FELIPE BRASA, HUÁNUCO, 2022 y es dirigido por Espinoza Ponce Sheila Melanny Deyna, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Identificar la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de la micro empresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa, Huánuco 2022 Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los diversos medios de comunicación. Si desea, también podrá escribir al correo Sheideyna@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.


Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Miguel Pinedo Fachin

Fecha: 27/02/2023

Correo electrónico: miguelpinedofachin@gmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Cleacla1 Sod•la)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con un copil.
La presente investigación se titula PROPUESTA DB MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y GESTION DE CALIDAD DE LA MICRO EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, CASO: POLLERJA SAN FELIPE BRASA, HUANUCO, 2022 y es dirigido por Espinoza Poncc Shei\ya Melanny Dcyna, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Identificar la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de la micro empresa del sector servicio, caso: PoUeria San Felipe Brasa, Huánuco 2022 Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los diversos medios de comunicación. Si desea, también podrá escribir al correo Sbeideyna@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: _____

Fecha: ____/____/____

Correo electrónico: YoriLopezNuñez12@gmail.com

Firma del participante: _____

Firma del investigador (o encargado de recoger información): _____

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(CIntdH - SoD-1a)

la finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitar su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.
La presente investigación se titula PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MICRO EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, CASO: POLLERÍA SAN FELIPE BRASA, HUÁNUCO, 2022 y es dirigido por Espinoza Ponce Sheila Melanny Dey M. investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Identificar la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de la micro empresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa, Huánuco 2022 Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los diversos medios de comunicación. Si desea, también podrá escribir al correo Sheideyna@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: _____; Apellido _____

Fecha: ____/____/____

Correo electrónico: _____

Firma del participante: _____

firma del investigador (o encargado de recoger información), ~

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.
La presente investigación se titula PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MICRO EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, CASO: POLLERÍA SAN FELIPE BRASA, HUANUCO, 2022 y es dirigido por Espinoza Ponce Sheila Melanny Deyna, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Identificar la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de la micro empresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa, Huánuco 2022. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los diversos medios de comunicación. Si desea, también podrá escribir al correo Sheideyna@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Roxana Salinas Huano

Fecha: 22-02-23

Correo electrónico: te

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MICRO EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, CASO: POLLERÍA SAN FELIPE BRASA, HUANUCO, 2022 y es dirigido por Espinoza Poncc Sheila Melanny Deyna, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Identificar la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de la micro empresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa, Huánuco 2022 Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.


Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los diversos medios de comunicación. Si desea, también podrá escribir al correo Sbeideyna@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.


Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Luz Valles Barroncos 20 ec

Fecha: 10/05/2022

Correo electrónico: Luz.Valles.Barroncos20@gmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y GESTION DE CALIDAD DE LA MICRO EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, CASO: POLLERIA SAN FELIPE BRASA, HUANUCO, 2022 y es dirigido por Espinoza Ponce Sheila Melanny Deyna, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Identificar la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de la micro empresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa, Huánuco 2022 Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los diversos medios de comunicación. Si desea, también podrá escribir al correo Sheideyna@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: _____

Fecha: ____/____/____

Correo electrónico: _____

Firma del participante: _____

Firma de _____

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MICRO EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, CASO: POLLERÍA SAN FELIPE BRASA, HUÁNUCO, 2022 y es dirigido por Espinoza Poncc Sheila Melanny Dcyna, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Identificar la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de la micro empresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa, Huánuco 2022. Por ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.


Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los diversos medios de comunicación. Si desea, también podrá escribir al correo Sbeideyna@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.


Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Felipe Cárdenas Flores

Fecha: 27-02-23

Correo electrónico: fclq_crr&befme..@~

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencia Social)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedará con una copia.

La presente investigación se titula PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MICRO EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, CASO: POLLERÍA SAN FELIPE BRASA, HUÁNUCO, 2022 y es dirigido por Espinoza Poncc Shcila Melanny Dcyna, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Identificar la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de la micro empresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa, Huánuco 2022 Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los diversos medios de comunicación. Si desea, también podrá escribir al correo Sbeideyna@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: _____
Fecha: _____

Correo electrónico: _____

Firma del participante: _____

Firma del investigador (o encargado de recoger información): _____



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(ClencH Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE y GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MICRO EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, CASO: POLLERÍA SAN FELIPE BRASA, HUANUCO, 2022 y es dirigido por Espinoza Poncc Sheila Melanny Deyna, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Identificar la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de la micro empresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa, Huánuco 2022. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los diversos medios de comunicación. Si desea, también podrá escribir al correo Sbeidcyna@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: _____

Fecha: ____ 1. __, ____ 0 ____ c., ____ - ____ ' ____ 3: ____

Correo electrónico: *nf-* _____

Firma del participante: _____

Firma del investigador (o encargado de recoger información, don) _____

PROCOLO DE CONSENTIMJENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(CIHdH Socl9ln)

La finalidad de este protocolo en Cienciu Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarin con una copia.
La presente investigación se titula PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y GESTION DE CALIDAD DE LA MICRO EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, CASO: POLLERJA SAN FELIPE BRASA, HUANUCO, 2022 y es dirigido por Espinoza Ponce Shei\ a McLanny Deyna, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Identificar la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de la micro empresa del sector servicio, caso: Polleria San Felipe Brasa, Huánuco 2022 Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio, Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación. usted será informado de los resultados a través de los diversos medios de comunicación. Si desea, también podrá escribir al correo Sheideyna@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con e\ Comité deÉtica de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: —, ~IA- **C;?~C.S:**

F~ha: __ ~2~...; _~D~-- _Z:;:;:3: __ ~

Correo electrónico: _____

Firma del participante:  _____

Finna del investigador (o enea gado de recoger información): - _____ - ~;;;:;:11~~/ft';;;:;:~é:::~--

PROCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencia, Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MICRO EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, CASO: POLLERIA SAN FELIPE BRASA, HUANUCO, 2022 y es dirigido por Espinoza Ponce Sheila Melanny Deyna, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Identificar la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de la micro empresa del sector servicio, caso: PoUeria San Felipe Brasa, Huánuco 2022 Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los diversos medios de comunicación. Si desea, también podrá escribir al correo Sheideyna@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote,

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: _____

Fecha: ____/____/20__

Correo electrónico: _____

Firma del participante: _____

Firma del investigador (o encargado de recoger información): _____

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(CienciH Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y GESTION DE CALIDAD DE LA MICRO EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, CASO: POLLERIA SAN FELIPE BRASA, HUANUCO, 2022 y es dirigido por Espinoza Poncc Sheila Melanny Dcyna, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Identificar la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de la micro empresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa, Huánuco 2022 Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los diversos medios de comunicación. Si desea, también podrá escribir al correo Sheidcyna@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: 30

Fecha: 03/03/2022

Correo electrónico: sheidcyna@gmail.com

Firma del participante: _____

Firma del investigador (o encargado de recoger información): ~

PROCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Clendas Sociales)

La finalidad de este protocolo en Cienciu Sociales, es infonnarle sobre el proyecto de invesligación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarin con una copia.
La presente invesligación se titula PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y GESTION DE CALIDAD DE LA MICRO EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, CASO: POLLERIA SAN FELIPE BRASA, HUANUCO, 2022 y es dirigido por Espinoza Ponce Sheila Melanny Deyna, invesligadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la invesligación es: Identificar la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de la micro empresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa, Huánuco 2022 P8111 ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la invesligación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la invesligación, puede formularla cuando crea conveniente.


Al concluir la invesligación, usted será informado de los resultados a través de los diversos medios de comunicación. Si desea, también podrá escribir al correo Sheideyna@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité deÉtica de la Invesligación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.


Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Lucento Rojas _____

Fecha: 20 de Julio de 2022 _____

Correo electrónico: Lucento - rojas@hotmail.com _____

Firma del participante:  _____

Firma del investigador (o encargado de recoger información):  _____

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(CIHD Soc. Ia)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el Investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MICRO EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, CASO: POLLERÍA SAN FELIPE BRASA, HUANUCO, 2022 y es dirigido por Espinoza Poncc Sheila Melanny Dcyna, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Identificar la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de la micro empresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa. Huánuco 2022 Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los diversos medios de comunicación. Si desea, también podrá escribir al correo Sheideyna@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: _____

Fecha: ____/____/____

Correo electrónico: _____

Firma del participante: _____

Firma del investigador (o encargado de recoger información) _____

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Cleaclu Soclala)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MICRO EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, CASO: POLLERÍA SAN FELIPE BRASA, HUANUCO, 2022 y es dirigido por Espinoza Ponce Sheila McLanny Deyna, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Identificar la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de la micro empresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa, Huánuco 2022 Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los diversos medios de comunicación. Si desea, también podrá escribir al correo Sheideyna@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: _____

Fecha: _____

Correo electrónico: _____

Firma del participante: _____

Firma del investigador (o encargado de recoger información): _____

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(CIHela1 Sociales)

La finalidad de este protocolo es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia. La presente investigación se titula PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MICRO EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, CASO: POLLERÍA SAN FELIPE BRASA, HUÁNUCO, 2022 y es dirigido por Espinoza Poncc Sheila Melanny Ocyna, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Identificar la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de la micro empresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa, Huánuco 2022. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los diversos medios de comunicación. Si desea, también podrá escribir al correo Sheideyna@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.


Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Alfonso J. _____

Firma: 2020-2-3 _____

Correo electrónico: mic-cors@guayaquil.com

Firma del participante: 

Firma (cargado de recoger información): 

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y GESTION DE CALIDAD DE LA MICRO EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, CASO: POLLERIA SAN FELIPE BRASA, HUANUCO, 2022 y es dirigido por Espinoza Poncc Sheila Melanny Deyna. investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Identificar la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de la micro empresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa, Huánuco 2022 Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.


Al concluir la investigación., usted será informado de los resultados a través de los diversos medios de comunicación. Si desea, también podrá escribir al correo Sheideyna@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.


Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Shirley Noblegas Blas

Fecha: 27/02/2023

Correo electrónico: _____

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(CIHda1 S-lala)

La finalidad de este protocolo en Ciendu Sociales, es Informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el Investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE y GESTION DE CALIDAD De LA MICRO EMPRcSAS DEL SECTOR SERVICIO, CASO: POLLERIA SAN FELIPE BRASA, HUANUCO, 2022 y es dirigido por Espinoza Poncc: Shcila Mclanny Dcyna, investigadora de la Univenidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Identificar la propuesta de mejora de Itención 11 cliente y gestión de calidad de la micro empresa del sector servicio, caso: PoUeria San Felipe Bnsa, Huánucc 2022 Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y Inónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

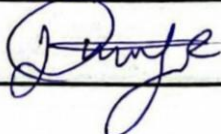
Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los diversos medios de comunicación. Si desea, también podrá escribir al correo Sheideyna@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité deÉtica de la Investigación de la universidad Católica los Angeles de Chimbote.


Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: dau~ t~c., tlf>e,,, G,t '2>"<ON

Fecha:'1...~...-_0_'2-__-...~...~.....

Correo electrónico: clau2005@hotmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(CIHDal SocJala)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia. La presente investigación se titula PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MICRO EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, CASO: POLLERÍA SAN FELIPE BRASA, HUÁNUCO, 2022 y es dirigido por Espinoza Ponce Sheila Melanny Deyna, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Identificar la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de la micro empresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa. Huánuco 2022 Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los diversos medios de comunicación. Si desea, también podrá escribir al correo Sheideyna@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chirnbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: _____

Firma del participante: _____

Correo electrónico: _____

Firma del participante: _____

Firma del investigador (o encargado de recoger información): _____

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(ClendH Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia, La presente investigación se titula PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y GESTION DE CALIDAD DE LA MICRO EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, CASO: POLLERJA SAN FELIPE BRASA, HUANUCO, 2022 y es dirigido por Espinoza Ponce Sheila Melanny Dcyna, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Identificar la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de la micro empresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa, Huánuco 2022 Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los diversos medios de comunicación. Si desea, también podrá escribir al correo Sheideyna@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Valeriano Vazquez Pulissa

Fecha: 10/02/2022

Correo electrónico: Valeriano Vazquez Pulissa 18@gmail.com

Firma del participante: _____

Firma del investigador (o representante de recoger información): _____

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(CIRACB1 Sodaln)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MICRO EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, CASO: POLLERÍA SAN FELIPE BRASA, HUÁNUCO, 2022 y es dirigido por Espinoza Ponce Sheila Melanny Deyna, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Identificar la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de la micro empresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa, Huánuco 2022. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los diversos medios de comunicación. Si desea, también podrá escribir al correo Sbeideyna@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: _____

Fecha: _____

Correo electrónico: _____

Firma del participante: _____

Firma del investigador (o encargado de recoger información): _____

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y GESTION DE CALIDAD DE LA MICRO EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, CASO: POLLERIA SAN FELIPE BRASA, HUANUCO, 2022 y es dirigido por Espinoza Ponce Shcila Mclanny Dcyna, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Identificar la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de la micro empresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa, Huánuco 2022 Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los diversos medios de comunicación. Si desea, también podrá escribir al correo Sheideyna@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.


Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Príncipe Acosta Mus: Goni

Fecha: 27-02-23

Correo electrónico: J...is... ~Áh?;...s,, ~G...;...-----

Firma del participante: ~t,...!,e: =::~::.....-----=:::=:::-----

Firma del investigador (o encargado de recoger información):  ~;ajj; =::;z~-----

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Cada 1 SoeJalr)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE y GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MICRO EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, CASO: POLLERÍA SAN FELIPE BRASA, HUANUCO, 2022 y es dirigido por Espinoza Ponce Sheila Melanny Dcyna, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Identificar la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de la calidad de la micro empresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa, Huánuco 2022. Por ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los diversos medios de comunicación. Si desea, también podrá escribir al correo Sbeideyna@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: _____ Nieto

Fecha: 02/07/2023

Correo electrónico: _____

Firma del participante: _____

Firma del investigador: _____

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Clendas Sod•Jes)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedará con una copia.

La presente investigación se titula PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE y GESTION DE CALIDAD DE LA MICRO EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, CASO: POLLERIA SAN FELIPE BRASA, HUANUCO, 2022 y es dirigido por Espinoza Poncc Sheila Melumy Dcyna, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Identificar la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de la micro empresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa, Huánuco 2022 Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomara 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los diversos medios de comunicación. Si desea, también podrá escribir al correo Sbeideyna@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre:/...../.....

Fecha: 2 / 0 / 2022

Correo electrónico: APONTEONIZOS@hotmail.com

Firma del participante: [Firma manuscrita]

Firma del investigador (o encargado de recoger información): [Firma manuscrita]

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ck•du Sodala)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el Investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MICRO EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, CASO: POLLERIA SAN FELIPE BRASA, HUANUCO, 2022 y es dirigido por Espinon Ponce Sheila Melumy Deyna, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Identificar la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de la micro empresa del sector servicio, caso: Polleria San Felipe Brasa, Huánuco 2022 Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomara 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los diversos medios de comunicación. Si desea, también podrá escribir al correo Sheideyna@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Elizabeth Tolentino Santillán

Fecha: 18/02/2022

Correo electrónico: elizabeth.tolentino@uclosangeles.edu.pe

Firma del participante:



Firma del investigador (o encargado de recoger información):



PROCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(CKDdH SodAlet)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitar su consentimiento. Al aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia. La presente investigación se titula PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MICRO EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, CASO: POLLERÍA SAN FELIPE BRASA, HUANUCO, 2022 y es dirigida por Espinoza Ponce Sheile Melenny Ocyna, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es identificar la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de la micro empresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa. Huánuco 2022. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

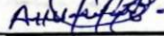
Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los diversos medios de comunicación. Si desea, también podrá escribir al correo Sheideyna@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.


Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: ~~~

Fecha: 27/02/2023

Correo electrónico: Aou~ ~° kzt:;, <S éñ,..~t. t..o'''

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencia Social)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el Investigador y usted se quedarán con una copia. La presente investigación se titula PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MICRO EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO. CASO: POLLERÍA SAN FELIPE BRASA, HUANUCO, 2022 y es dirigido por Espinoza Poncc Sheila Melanny Deyna, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Identificar la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de la micro empresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa. Huánuco 2022. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

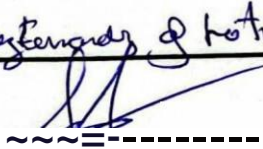
Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los diversos medios de comunicación. Si desea, también podrá escribir al correo Sheideyna@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Velasquez Fernandez Deyna

Fecha: ~ -01.- '13

Correo electrónico: Velasquezfernandez@hotmail.com

Firma del participante:  -----

Firma del investigador(o encargado de recoger información): ~

PROCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(CIHdH Sodalm)

La finalidad de este protocolo en Cienci Socials, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarin con una copia. La presente investigación se titula PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLENTE y GESTION DE CALIDAD DE LA MICRO EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, CASO: POLLERIA SAN FELIPE BRASA, HUANUCO, 2022 y es dirigido por Espinoza Ponce Sheila Melanny Dcyna, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Identificar la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de la micro empresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa, Huánuco 2022 Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomara 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los diversos medios de comunicación. Si desea, también podrá escribir al correo Sheideyna@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Angela Gonzales Maiz

Fecha: ~~~~~/~~~:~::~:Z~}~~~~0~2J:~::~:~-----

Correo electrónico: _____

Firma del participante: Angela Gonzales

Firma del investigador (o encargado de recoger información):

Sheila Melanny Dcyna

PROCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Cic•d•• Sod•Ja)

U finalidad de este protocolo en Cienciu Sociales, es informarle IObre el proyecto de investigación Y solicitarle: su consentimiento. De aceptar, el Investigador y usted se qucdarin con una copia.

U presente investigación se titula PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCION AL CLIENTH Y GESTION DE CALIDAD DE LA MICRO EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, CASO: POLLERIA SAN FELIPE BRASA, IUANUCO, 2022 y es dirigido por Espinoza Ponee Sheila Melanny Dcyna, investigadora de la Univeraidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Identificar la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de la micro empresa del sector servicio, caso: Polleria San Felipe Brasa. Huánuco 2022 Panl ello, se le invita a participar en una encuesta que le toman\ 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los diversos medios de comunicación. Si desea, también podrá escribir al correo Sbeideyna@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité deÉtica de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre = _____ *¿~*

Fecha: *2022* - *11* - *03*

Correo electrónico: _____

Firma del participante: _____

Finna del investigado, (o encargado de recoger información): ~~

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(C'leadat Soclala)

La finalidad de este protocolo es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MICRO EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, CASO: POLLERÍA SAN FELIPE BRASA, HUANUCO, 2022 y es dirigido por Espinoza Ponce Sheila McLanny Dcyna, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Identificar la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de la micro empresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa, Huánuco 2022 Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los diversos medios de comunicación. Si desea, también podrá escribir al correo Sheideyna@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: _____

Fecha: _____

Correo electrónico: _____

Firma del participante: _____

Firma del investigador(o) _____

PROCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Cleacu Sociala)

LA finalidad de este protocolo en Cienci Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

LA presente investigación se titula PROPUESTA 06 MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y GESTION DE CALIDAD DE LA MICRO EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO. CASO: POLLERJA SAN FELIPE BRASA, HUANUCO, 2022 y es dirigido por Espinoza Ponee Sheila Melanny Dcyna. investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Identificar la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de la micro empresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa, Huánuco 2022 Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomara 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación. usted será informado de los resultados a través de los diversos medios de comunicación. Si desea, también podrá escribir al correo Sheideyna@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Dom Ushinahu C b-Jvhll

Fecha: 27-02-23

Correo electrónico: _____

Firma de participante: _____

Firma del investigador (o encargado de recoger información)

PROCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(CInondas Sociala)

La finalidad de este protocolo en Cienciu Sociales, es Informarle sobre el proyecto de investigaci3n y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el Investigador y usted se quedarin con una copia. La presente investigaci3n se titula PROPUESTA DH MEJORA DE LA ATENCI3N AL CLIENTE Y GESTION DE CALIDAD DE LA MICRO EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, CASO: POLLERIA SAN FELIPE BRASA, HUANUCO, 2022 y es dirigido por Espinoza Ponce Sheila Melanny Ocyna, investigadora de la Universidad Cat3lica Los 1ngeles de Chimbote.

El prop3sito de la investigaci3n es: Identificar la propuesta de mejora de atenci3n al cliente y gesti3n de calidad de la micro empresa del sector servicio, caso: Poller3a San Felipe Brasa, Hu1nuco 2022 Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomara 10 minutos de su tiempo.

Su participaci3n en la investigaci3n es completamente voluntaria y an3nima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ning3n perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigaci3n, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigaci3n, usted ser1 informado de los resultados a trav3s de los diversos medios de comunicaci3n. Si desea, tambi3n podr1 escribir al correo Sbeideyna@gmail.com para recibir mayor informaci3n. Asimismo, para consultas sobre aspectos 3ticos, puede comunicarse con el Comit3 de 3tica de la Investigaci3n de la universidad Cat3lica los 1ngeles de Cbimbote.

Si est1 de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuaci3n:

Nombre: Yherve D

Fecha: 27-02-23

correo electr3nico: locyna@univcatolica.edu.pe

Firma del participante ~ Firmadel

investigador en cargo: Yherve D

~ - ?

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Cifludu S-lala)

La finalidad de este protocolo m Ciencias Soci.ies, a informulc lObre el proyCClo de investigación y solicitarle su consentimiento. De acq,tar, el Investigador y usted se quccS.rin con una copia.

La presente investigación se titula PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y GESTION DE CALIDAD DE LA MICRO EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, CASO: POLLERJA SAN FELIPE BRASA, HUANUCO, 2022 y es dirigido por Espinoza Pence Sheila Mclanny Dcyna, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Identificar la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de la micro empresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa, Huánuco 2022 Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le toman\ 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los diversos medios de comunicación. Si desea, también podrá escribir al correo Sheideyna@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité dcÉtica de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Katherine Rojas Villanueva

Fecha: 27/02/2023

Correo electrónico: K~ PS\~ O<\@p-mo.il · ca'''

Firma del participante: _____

Firma del investigador (o encargado de recoger información): _____

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ck-das SodaIn)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.
La presente investigación se titula PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MICRO EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO. CASO: POLLERÍA SAN FELIPE BRASA, HUANUCO, 2022 y es dirigido por Espinosa Ponce Sheila Melanny Deyna, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Identificar la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de la micro empresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa. Huánuco 2022 Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los diversos medios de comunicación. Si desea, también podrá escribir al correo Sheideyna@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Maia Tolentino Dentillon

Fecha: 2022-06-07

Correo electrónico: maia.dentillon@gmail.com

Firma del participante: [Firma manuscrita]

Firma del investigador (o encargado de recoger información): [Firma manuscrita]

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Código Social)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia. La presente investigación se titula PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MICROEMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, CASO: POLLERÍA SAN FELIPE BRASA, HUANUCO, 2022 y es dirigido por Espinoza Ponce Sheila Melmy Deyna, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Identificar la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de la micro empresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa, Huánuco 2022. Por ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los diversos medios de comunicación. Si desea, también podrá escribir al correo Sheideyna@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.


Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre, **S. J. &**

Fecha: **21 de febrero de 2023**

Correo electrónico: _____

Firma del participante:  _____

Firma del investigador (o encargado de recoger información):  _____

PROCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(CIHdH Sodala)

La finalidad de este protocolo es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MICRO EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, CASO: POLLERÍA SAN FELIPE BRASA, HUÁNUCO, 2022 y es dirigido por Espinosa Ponce Sheila Melanny Deyna, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Identificar la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de la micro empresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa, Huánuco 2022. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los diversos medios de comunicación. Si desea, también podrá escribir al correo Sheideyna@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Miranda, María Cecilia 4' fC: ... CltA \

Fecha: 10/05/2022

Correo electrónico: miranda.maria@uclosangeles.edu.pe

Firma del participante: _____

Firma del investigador (o encargado de recoger información): Sheila Melanny Deyna

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Clendaa Soelala)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el Investigador y usted se quedarán con una copia, La presente investigación se titula PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MICRO EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, CASO: POLLERÍA SAN FELIPE BRASA, HUANUCO, 2022 y es dirigido por Espinoza Ponca Sheila Melanny Dcyna, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Identificar la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de la micro empresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa, Huancayo 2022 Por ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los diversos medios de comunicación. Si desea, también podrá escribir al correo Sheideyna@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: _____

Fecha: ____/____/____

Correo electrónico: _____

Firma del _____

Firma del investigador (o encargado de recoger información): _____

PROCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Cknda1 Soclaks)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De adquirir, el Investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CUENTE Y GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MICRO EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, CASO: POLLERJA SAN FELIPE BRASA, HUANUCO, 2022 y es dirigido por Espinoza Ponce Sheila Melanny Deyna. Investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Identificar la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de la micro empresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa, Huánuco 2022. Por ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los diversos medios de comunicación. Si desea, también podrá escribir al correo Sheidcyna@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: C.)~ Lozano Castro

Fecha: ~ - Q; ~; t- / .! - a :D ~; :; :; :; ~

Correo electrónico: Q~ ta~ ~ u-re};5 ~0.}; C.11WI.

Firma del participante: _...; ~ ~ ~ =; :; :; :; - ----- : : : : = = = : : : : -----

Firma MI inv<>tig.do,(o encargado M recoger;nfonn,d6 n) ~ ~

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Oend*s Sod.aes)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto, de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MICRO EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, CASO: POLLERÍA SAN FELIPE BRASA, HUANUCO, 2022 y es dirigido por Espinosa Ponca Sheila Melanny DcyD8, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Identificar la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de la micro empresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa. Huánuco 2022. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los diversos medios de comunicación. Si desea, también podrá escribir al correo Sheideyna@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Aracely Pizango Morales

Fecha: 27/02/2023

Correo electrónico: _____

Firma del participante: _____

Firma del investigador, (o encargado de recoger información) _____

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Código Social)

Una Unidad de Calidad en Ciencias Sociales, en el marco del proyecto de investigación y solicitud de su consentimiento. De aceptar, el Investigador y Usted se queda con una copia.

Una encuesta de investigación titulada PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MICROEMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, CASO: POLLERÍA SAN FELIPE BRASA, HUÁNUCO, 2022 y es dirigido por Espinoza Ponca Sheila Melanny Deyna, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación: Identificar la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de la micro empresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa, Huánuco 2022 Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los diversos medios de comunicación. Si desea, también podrá escribir al correo Sbeideyna@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Jessica Ramirez Uscamayta

Fecha: 11/02/2022

Correo electrónico: RamirezUscamaytaJessica19@gmail.com

Firma del participante: [Firma manuscrita]

Firma del investigador (o encargado de recoger información): ~

Anexo N° 6: Documento de aprobación para la recolección de la información.



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE

ItOCIJEL... iP:IIDFES[ON..L DR
IIDIID.m;TRA-CT!IN

Huánuco, 30 de mayo de 2022

C2m ~ ~ ,III.CHC-.UIOL!C..)

S9. ?i.lmí2l &~ F.rumo CeP.m:i Llzaczrí
Ge:retñE de ~ Poolem. SE Felipe IRraF.l

Presente. -

De mi consideración:

E.: mi.~ dirigiim.e i2l 113ted para ~ i!l' llii. coo'diitl !:P...lwfo !! ~ qM! !DY
esttr.dirotte dl.e ~ EmJ~a. ~ o:imu.l!!!! Ad:miniDracronde la l'Imt~ Ca":a!X2l Los
~ de, Q:Jrnoote, EJ. m0m/'{l de la~!! ti!:fll! ~ fífililidmi PJESPTitnmP. ~
p;IHJCe,, Sheile. kffillllDry Deyna. con. e oo:i~ de ~ W 431112:lm • di! la C'm!rEm
Prnfi!..~ de A~--mdim. cidlo X., ~El! :mi.cill?!z~Pm:2J ej=a1tm dl.e mm:fil
ri:mm o ~ e! Pff!)-"ecto d'e mi;esti~ ti~ ~ de mejan di! 11
atf!ll.ciÓD. eJ dimh! y ~ áa a@ alidad d@ Ta ~ ff!:il& del ~ Df' ~en'iriD, Caro:
p;ooma San F'!l!ipe ~ !fuá.mm:,, 20.12". dJ.rrin:tte: ID! me_~ di! l\,mm i2l Jtm:io, del
~iJDD.

PoJ Et!l! m.olliv,o,, mnmO a.gmdeo:ri, ID2 briJ:ufe !ll. iECE&l y !?E; fui] hde!l ~ ñn de
~ :U .:cmraoomii'DJl?11IE mi~ la !llQüiil!l. qu.e ~ eri beneficio di! su
la:rtitirtifui Fn ~ de :iil Ullll'blea i!lPHCi.ém. [(l.):rlo d@ ~-d.

Atentamente,

Maria del Rosario Cerazo Llancari

[1, . j1(d)ilHI I