

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO
BENEDICTO XVI**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**PROPUESTA DE MEJORA DE ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA
GESTIÓN DE CALIDAD, EN LAS MYPES DEL SECTOR
SERVICIOS. CASO: HOSPEDAJE "LAS GAVIOTAS", CERRO
AZUL- CAÑETE, 2019**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL
DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR:
Julio César, Ramón Francisco

ASESOR:
Mg. Carlos Jesús, Chacaltana Buenafuente

LINEA DE INVESTIGACIÓN:
Gestión de la calidad en los procesos administrativos de las Mypes

CAÑETE – PERÚ
2020

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Mons. Dr. Héctor Miguel Cabrejos Vidarte, OFM

Arzobispo Metropolitano de Trujillo
Fundador y Gran Canciller de la
Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI

R.P. Dr. John Joseph Lydon McHugh, O.S.A.

Rector de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI

Dra. Silvia Ana Valverde Zavaleta

Vicerrectora Académica

Dr. Francisco Alejandro Espinoza Polo

Vicerrector de Investigación (e)

Dr. Jaime Roberto Ramírez García

Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Mons. Ricardo Exequiel Angulo Bazauri

Gerente de Desarrollo Institucional

Mg. José Andrés Cruzado Albarrán

Secretario General

VISTO DEL JURADO



Dr. Ramírez García Jaime Roberto
Presidente



Mg. Urteaga Meléndez Rosa Mercedes
Secretario

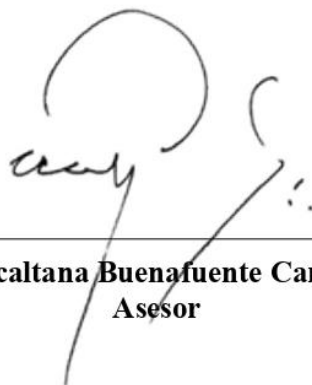


Mg. Chacaltana Buenafuente Carlos Jesús
Asesor-Vocal

APROBACIÓN DEL ASESOR

Yo Mg. CHACALTANA BUENAFUENTE CARLOS JESÚS, con DNI N° 17878519, como asesor del trabajo de investigación “PROPUESTA DE MEJORA DE ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD, EN LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIOS. CASO: HOSPEDAJE "LAS GAVIOTAS”, CERRO AZUL- CAÑETE, 2019.” desarrollado por el estudiante RAMÓN FRANCISCO JULIO CÉSAR con DNI N° 07460573, egresado del programa de estudios de Administración considero que dicho trabajo de titulación reúne los requisitos tanto técnicos como científicos y corresponden con las normas establecidas en el reglamento de titulación de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI y en la normativa para la presentación de trabajos de titulación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Por tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente para que sea sometido a evaluación por la comisión de la clasificación designado por el Decano de la Facultad Dr. Jaime Roberto Ramírez García.



Mg. Chacaltana Buenafuente Carlos Jesús
Asesor

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, Julio Cesar Ramón Francisco con DNI N° 07460573, egresado del Programa de Estudios de Administración de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI, doy fe que he seguido rigurosamente los procedimientos académicos y administrativos emanados por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, para la elaboración y sustentación del informe de tesis titulado: **“PROPUESTA DE MEJORA DE ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD, EN LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIOS. CASO: HOSPEDAJE “LAS GAVIOTAS”, CERRO AZUL- CAÑETE, 2019”**, el cual consta de un total de 94 páginas, en las que se incluye 30 tablas y 26 figuras, más un total de 4 páginas en anexos.

Dejo constancia de la originalidad y autenticidad de la mencionada investigación y declaro bajo juramento en razón a los requerimientos éticos, que el contenido de dicho documento, corresponde a mi autoría respecto a redacción, organización, metodología y diagramación. Así mismo, garantizo que los fundamentos teóricos están respaldados por el referencial bibliográfico, asumiendo un mínimo porcentaje de omisión involuntaria respecto al tratamiento de cita de autores, lo cual es de mi entera responsabilidad.

Declaro también que el porcentaje de similitud o coincidencia es de 5 %, el cual es aceptado por la Universidad Católica de Trujillo.



DNI: N° 07460573

El Autor

DEDICATORIA

A mis esposa e hijos por ser mi inspiración y por su apoyo incondicional

A mis amados padres por sus enseñanzas y dedicación.

A mis queridos hermanos.

AGRADECIMIENTO

A Nuestro Señor Dios por bendecirme y guiarme a lo largo de mi carrera profesional.

A los docentes de mi alma máter, por las enseñanzas brindadas en estos años que me ayudaron a alcanzar mis aspiraciones profesionales.

ÍNDICE DE CONTENIDO

1. TÍTULO	i
2. AUTORIDADES UNIVERSITARIAS	ii
3. VISTO DEL JURADO.....	iii
4. APROBACIÓN DEL ASESOR.....	iii
5. DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	iv
6. HOJA DEL TURNITIN	vii
7. ACTA DE PRESENTACION, SUSTENTACION Y APROBACION DE TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL.....	viii
8. FORMULARIO DE CESIÓN DE DERECHOS PARA LA PUBLICACIÓN DIGITAL DE TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACIÓN.....	ix
9. DEDICATORIA.....	xii
10. AGRADECIMIENTO.....	xiii
11. ÍNDICE DE CONTENIDO.....	xiv
12. ÍNDICE DE TABLAS	xix
13. ÍNDICE DE FIGURAS	xx
14. RESUMEN.....	xxi
15. ABSTRACT.....	xxii
CAPITULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACION	1
1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Formulación del problema	3
1.2.1 Problema general.....	3
1.2.2 Problema específico	4
1.3 Formulación de objetivos	4
1.3.1 Objetivo general	4

1.3.2	Objetivos específicos.....	4
1.4	Justificación de la investigación.....	5
CAPITULO II: MARCO TEORICO		6
2.1	Antecedentes de la investigación	6
2.1.1	Antecedentes internacionales	6
2.1.2	Antecedentes nacionales	9
2.1.3	Antecedentes locales	12
2.2	Bases teórico científicas	15
2.2.1	Gestión de calidad	15
2.2.1.1	Enfoques de Gestión de la calidad	16
2.2.1.2	Gestión de calidad total (GCT)	16
2.2.1.3	Principios de Gestión de Calidad	17
2.2.1.4	La Autoevaluación	19
2.2.2	Enfoque al cliente.....	20
2.2.2.1	Orientación al cliente	20
2.2.2.2	Administración de relación con el cliente	20
2.2.3	Liderazgo.....	22
2.2.3.1	Liderazgo para la calidad	22
2.2.3.2	Creación del sistema de liderazgo	23
2.2.4	Calidad del servicio	23
2.2.4.1	Calidad	23
2.2.4.1.1	La Calidad Total (TQ).....	24
2.2.4.1.2	Principios de calidad total	24
2.2.4.1.3	Tipos de calidad	25
2.2.4.1.4	El mejoramiento continuo	25
2.2.4.2	Servicio.....	26

2.2.4.2.1 Sistema del servicio.....	26
2.2.4.3 Calidad de servicio	26
2.2.5 Atención al cliente.....	28
2.2.5.1 Cliente	28
2.2.5.2 Tipos de clientes.....	28
2.2.5.3 La atención al cliente.....	29
2.2.6 Satisfacción al cliente.....	30
2.2.6.1 Características de las empresas líderes en satisfacción al cliente	30
2.2.6.2 Elementos claves para la satisfacción de un cliente.....	30
2.2.6.3 Satisfacción de las necesidades de los clientes	31
2.2.7 Técnicas de atención al cliente.....	31
2.2.7.1 Enfoque esquemático al proceso	31
2.2.7.2 Normas para la realización del servicio	31
2.2.7.3 Protocolos de atención	32
2.2.8 Comunicación.....	35
2.3 Definición de términos básicos	37
2.3.1 Gestión de calidad	37
2.3.2 El cliente.....	37
2.3.3 Liderazgo.....	38
2.3.4 Calidad de servicio	38
2.3.5 Satisfacción del cliente.....	38
2.3.6 Comunicación.....	38
2.3.7 Hospedaje	38
2.3.8 MYPE.....	38
2.3.9 Calidad.	39
2.4 Formulación de hipótesis	39

2.5 Definición y Operacionalización de variables e indicadores	40
CAPITULO III: METODOLOGÍA	42
3.1 Tipo de investigación:	42
3.2 Nivel de investigación:.....	42
3.3 Diseño de la investigación	42
3.4 Población y muestra	42
3.4.1 La población.....	42
3.4.2 Muestra.....	43
3.5 Técnicas e instrumentos de recojo de datos	44
3.6 Técnicas de procesamiento y análisis de datos	44
3.7 Ética investigativa	45
CAPITULO IV: RESULTADOS.....	46
4.1 Presentación y análisis de resultados	46
4.1.1 Variable: Atención al cliente.....	46
4.1.1.1 Dimensión: Satisfacción del cliente	47
4.1.1.2 Dimensión: Técnicas de atención al cliente	48
4.1.1.3 Dimensión: Comunicación.....	48
4.1.2 Variable: Gestión de Calidad	49
4.1.2.1 Dimensión: Enfoque al cliente	50
4.1.2.2 Dimensión: Liderazgo	51
4.1.2.3 Dimensión: Calidad del servicio	52
4.1.3. Resultados por pregunta según indicadores de medición.....	53
4.1.4 Análisis de resultados.....	72
4.1.4.1 Con respecto al objetivo general:	72
4.1.4.2 Con respecto al objetivo específico 1	72
4.1.4.3 Con respecto al objetivo específico 2.....	72

4.1.4.4 Con respecto al objetivo específico 3:.....	73
4.2 Discusión de Resultados.....	73
4.2.1. Con respecto al objetivo general:	73
4.2.2. Con respecto al objetivo específico 1:.....	74
4.2.3. Con respecto al objetivo específico 2: “	75
4.2.4. Con respecto al objetivo específico 3:.....	75
CAPITULO V: CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS	77
5.1 Conclusiones	77
5.1.1 Con respecto al objetivo general:	77
5.1.2 Con respecto al objetivo específico 1:.....	77
5.1.3 Con respecto al objetivo específico 2:.....	78
5.1.4 Con respecto al objetivo específico 3:.....	79
5.2 Sugerencias.....	79
5.2.1 Propuesta de Mejora.....	80
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	85
ANEXOS.....	91
Anexo 1: Instrumentos de medición.	91
Anexo 2: Protocolo de consentimiento informado.....	93
Anexo 3: Matriz de consistencia	94

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz de operacionalización de variables	40
Tabla 2 Cantidad de clientes durante el año 2018.....	43
Tabla 3 Distribución de frecuencia. Variable: Atención al cliente	46
Tabla 4 Distribución de frecuencia. Dimensión: Satisfacción al cliente.....	47
Tabla 5 Distribución de frecuencia Dimensión: Técnicas de atención	48
Tabla 6 Distribución de frecuencia Dimensión: Comunicación	48
Tabla 7 Distribución de frecuencia Variable: Gestión de Calidad.....	49
Tabla 8 Distribución de frecuencia Dimensión: Enfoque al Cliente.....	50
Tabla 9 Distribución de frecuencia Dimensión: Liderazgo	51
Tabla 10 Distribución de frecuencia. Dimensión: Calidad del Servicio	52
Tabla 11 Lealtad del cliente	53
Tabla 12 Conformidad con el servicio	54
Tabla 13 Confianza	55
Tabla 14 Protocolos de Cortesía y amabilidad.....	56
Tabla 15 Protocolo de atención de quejas	57
Tabla 16 Protocolo de compensación.....	58
Tabla 17 Lenguaje.....	59
Tabla 18 Sensopercepción (empatía)	60
Tabla 19 Canales digitales.....	61
Tabla 20 Identificación de necesidades de los clientes	62
Tabla 21 Conocimiento de las expectativas de los clientes	63
Tabla 22 Satisfacción de las necesidades de los clientes	64
Tabla 23 Habilidad de comunicación.....	65
Tabla 24 Habilidad de dirección	66
Tabla 25 Habilidades actitudinales	68
Tabla 26 Confiabilidad.....	69
Tabla 27 Capacidad de respuesta	70
Tabla 28 Cortesía	71
Tabla 29 Matriz de actividades. Propuesta de Mejora	84
Tabla 30 Matriz de consistencia.....	94

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1</i> Distribución de frecuencia, variable: Atención al cliente.	46
<i>Figura 2</i> Distribución de frecuencia. Dimensión: Satisfacción al cliente.....	47
<i>Figura 3</i> Distribución de frecuencia dimensión: Técnicas de atención	48
<i>Figura 4.</i> Distribución de frecuencia dimensión: Comunicación.	49
<i>Figura 5</i> Distribución de frecuencia Variable: Gestión de Calidad.....	50
<i>Figura 6.</i> Distribución de frecuencia dimensión: Enfoque al Cliente.....	51
<i>Figura 7 .</i> Distribución de frecuencia dimensión: Liderazgo	52
<i>Figura 8</i> Distribución de frecuencia dimensión: Calidad del servicio.....	53
<i>Figura 9:</i> Lealtad del cliente.	54
<i>Figura 10</i> Indicador: Conformidad con el servicio.....	55
<i>Figura 11</i> Confianza	56
<i>Figura 12</i> Indicador. Protocolo de cortesía y amabilidad.....	57
<i>Figura 13</i> Protocolo de atención de quejas.	58
<i>Figura 14</i> Indicador. Protocolo de compensación.	59
<i>Figura 15</i> Lenguaje.....	60
<i>Figura 16</i> Sensopercepción (empatía)	61
<i>Figura 17.</i> Canales digitales.....	62
<i>Figura 18 .</i> Identificación de necesidades del cliente.	63
<i>Figura 19</i> Conocimiento de las expectativas de los clientes	64
<i>Figura 20 .</i> Satisfacción de las necesidades de los clientes	65
<i>Figura 21</i> Habilidad de comunicación.....	66
<i>Figura 22.</i> Habilidad de dirección	67
<i>Figura 23.</i> Habilidades actitudinales	68
<i>Figura 24 :</i> Confiabilidad.....	69
<i>Figura 25.</i> Capacidad de respuesta	70
<i>Figura 26.</i> Cortesía	71

RESUMEN

El sector Hotelero tiene una importante proyección de crecimiento a futuro y por ello necesita de políticas de gestión que apoyen a formalizar los procedimientos con los que trabajan cada día. La presente investigación tiene como objetivo general determinar la propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad, en las Micro y pequeñas empresas (MYPES) del sector servicios, caso: hospedaje " Las Gaviotas ", en el distrito de Cerro Azul- Cañete, 2019. Los resultados de la investigación, servirán a este negocio, para superar las limitaciones existentes. Dentro de la metodología se usó un tipo de investigación cuantitativa, el nivel de investigación fue descriptivo, se utilizó el diseño transversal-no experimental. Para el acopio de información se empleó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario. Se encontró los siguientes resultados, el 47% de encuestados, considera que la atención al cliente es de nivel intermedio y el 54% opina que la gestión de calidad es de nivel intermedio, teniendo como puntos críticos las dimensiones satisfacción del cliente con resultados de nivel intermedio (lealtad y confianza no consolidada), comunicación a nivel intermedio (información insuficiente respecto a ofertas, promociones y envío de información periódica al cliente) y técnicas de atención de nivel bajo (falta de protocolos establecidos). Se concluye determinando que la propuesta de mejora considere la satisfacción del cliente como prioridad a través del uso adecuado de los canales de comunicación, el establecimiento de un protocolo integral de atención a fin de estandarizar el proceso y la capacitación a los trabajadores para la aplicación correcta.

Palabras clave: atención, calidad, cliente, gestión, satisfacción, servicios.

ABSTRACT

The Hotel sector has an important projection for future growth and therefore it needs management policies that support the formalization of the procedures with which they work every day. This research had the general objective of determining the proposal for improving customer service for quality management, in the MYPES of the service sector, case: "Las Gaviotas" lodging, in the Cerro Azul district, Cañete ,2019 The results of it will serve this business so that they can overcome their existing limitations. Within the methodology, a type of quantitative research was used, the level of research was descriptive, and the transversal-non-experimental design was used. In order to collect information, the survey technique was used and the questionnaire was used as an instrument. The following results were found, 47% of respondents consider that customer service is intermediate level and 54% believe that quality management is intermediate level, taking as critical points the dimensions of customer satisfaction with level results. Intermediate (loyalty and unconsolidated trust), communication at the intermediate level (insufficient information regarding offers, promotions and sending periodic information to the client) and low-level care techniques (lack of established protocols). It is concluded that it is necessary to design an improvement proposal that considers customer satisfaction as a priority through the proper use of communication channels, the establishment of a comprehensive service protocol in order to standardize the process and train workers to the correct application.

Key words: attention, quality, customer, management, satisfaction, services.