

**UNIVERSIDAD CATOLICA DE TRUJILLO**  
**BENEDICTO XVI**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**ECONOMICAS**  
**CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**



**ATENCIÓN AL CLIENTE Y GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS**  
**MYPES DEL SECTOR SERVICIO.**

**CASO: PLAZA RESTAURANT - CAÑETE, 2019.**

**TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE**  
**LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTOR**

**Br. Maria Jesús Meneses Esterripa**

**ASESOR**

**Mg. Carlos Jesús, Chacaltana Buenafuente**

**LINEA DE INVESTIGACIÓN**

**Gestión de Calidad en los procesos administrativos de las Mypes**

**CAÑETE-PERU**

**2021**

## **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. Jhon 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**



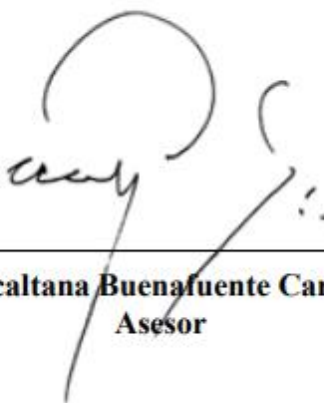
---

**Mg. Chacaltana Buenafuente Carlos Jesús**  
**Asesor-Vocal**

## **APROBACION DEL ASESOR**

Yo Mg. CHACALTANA BUENAFUENTE CARLOS JESUS, identificado con DNI N° 17878519. Como asesor del trabajo de investigación titulado “ATENCIÓN AL CLIENTE Y GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO, CASO: PLAZA RESTAURANT - CAÑETE, 2019.”, desarrollada por la estudiante MENESES ESTERRIPA MARIA JESUS, identificada con DNI N° 15428969, egresada 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, autorizó 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

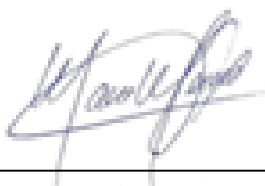
## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, María Jesús Meneses Esterripa, con DNI N°. 15428969, egresada 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: “ATENCIÓN AL CLIENTE Y GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO –CASO: “PLAZA RESTAURANT”, CAÑETE, 2019”, el cual consta de un total de 164 páginas, en las que se incluye 33 tablas y 27 figuras, más un total de 06 páginas en anexos.

Dejo constancia de la originalidad y autenticidad de la mencionada investigación y declaramos bajo juramento en razón a los requerimientos éticos, que el contenido de dicho documento, corresponde a nuestra autoría respecto a redacción, organización, metodología y diagramación. Asimismo, garantizamos 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 nuestra entera responsabilidad.

Se declara también que el porcentaje de similitud o coincidencia es de 0%, el cual es aceptado por la Universidad Católica de Trujillo.

La autora



---

Meneses Esterripa, María Jesús  
DNI 15428969

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, por darme la fuerza y salud necesaria para la realización de esta investigación, al Administrador y colaboradores del Plaza Restaurant en donde desarrolle mi investigación, por brindarme toda su ayuda, a nuestros docentes, por brindarnos su guía y sabiduría en el perfeccionamiento del presente trabajo.

## **DEDICATORIA**

A mis padres por estar siempre presentes en las metas que me he trazado, además de darme su apoyo, comprensión y amor a lo largo de toda mi vida, a mi hija por animarme a diario a seguir adelante para cumplir mis objetivos y no flaquear en el desarrollo de esta investigación y culminar mi carrera de manera satisfactoria.

## CONTENIDO

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS .....	i
VISTO DEL JURADO .....	iii
APROBACION DEL ASESOR .....	iiiv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD .....	iv
DECLARACION JURADA DE VERACIDAD DE INFORMACION DE SISTEMA ANTIPLAGIO TURNITIN .....	vi
HOJA DEL TURNITIN.....	vii
ACTA DE PRESENTACION, SUSTENTACION Y APROBACION DE TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL.....	viii
FORMULARIO DE CESIÓN DE DERECHOS PARA LA PUBLICACIÓN DIGITAL DE TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACIÓN .....	viiiix
AGRADECIMIENTO .....	xi
DEDICATORIA .....	xii
CONTENIDO .....	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS, TABLAS Y CUADROS .....	xv
RESUMEN .....	xviii
ABSTRACT.....	xix
CAPITULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACION .....	1
1.1. Planteamiento del problema.....	6
1.2. Formulación del problema .....	7
1.3. Formulación de Objetivos.....	7
1.4. Justificación de la investigación .....	7
CAPITULO II: MARCO TEORICO .....	10
2.1. Antecedentes .....	10
2.2. Bases teóricas de la investigación.....	30
2.3. Definición de términos básicos .....	65
2.4. Formulación de Hipótesis .....	67
2.5. Matriz de Operacionalización .....	70
CAPITULO III: METODOLOGÍA .....	72



3.1. Diseño de la investigación .....	72
3.2. Tipo de investigación.....	72
3.3. Población y muestra.....	73
3.4. Técnicas e instrumentos de la investigación.....	76
3.5. Plan de Análisis .....	78
3.6. Matriz de Consistencia.....	81
3.7. Principios éticos.....	82
<b>CAPITULO IV: RESULTADOS .....</b>	<b>84</b>
4.1. Presentación y análisis de resultados .....	84
4.2. Resumen de Tabla de Resultados (Correlación de Variables).....	103
4.3. Prueba de Hipótesis .....	111
4.4. Análisis de resultados o discusión .....	116
<b>CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>121</b>
5.1. Conclusiones .....	121
5.2. Recomendaciones .....	124
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>127</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>139</b>
Anexo 1: Instrumento de Recolección de datos.....	139
Anexo 2: Carta de Autorización de la Mype “Plaza Restaurant” .....	141
Anexo 4: Reporte de Similitud - TURNITIN.....	142
Anexo 5: Base de Datos.....	143
Anexo 6: Matriz de Consistencia.....	144

## ÍNDICE DE GRÁFICOS, TABLAS Y CUADROS

### ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Tabla de Matriz de Operacionalización.....	70
Tabla 2: Tabla de Matriz de Consistencia .....	81
Tabla 3: P1: Resultado de presentación de personal.....	84
Tabla 4: P2: Resultado sobre el mobiliario y equipo.....	85
Tabla 5: P3: Resultado de la decoración y el ambiente. ....	86
Tabla 6: P4: Resultado de utilización de las TICs .....	87
Tabla 7: P5: Resultado de atención rápida.....	88
Tabla 8: P6: Resultado de respuesta al Cliente.....	89
Tabla 9: P7: Resultado de disposición de los empleados .....	90
Tabla 10: P8: Resultado de atención personalizada.....	91
Tabla 11: P9: Resultado de comprensión al cliente .....	92
Tabla 12: P10: Resultado de trato respetuoso y cordial con los clientes. ....	93
Tabla 13: P1: Resultado de Implantación de Plan de Trabajo.....	94
Tabla 14: P2: Resultado de uso de Herramientas de Gestión. ....	95
Tabla 15: P3: Resultado de aplicación de estrategias .....	96
Tabla 16: P4: Resultado de planificación u organización de puestos.....	97
Tabla 17: P5: Resultado de Formación del Personal .....	98
Tabla 18: P6: Resultado de Retribución y Motivación al personal .....	99
Tabla 19: P7: Resultado de calidad para la mejora del producto o servicio .....	100
Tabla 20: P8: Resultado de la presentación del producto o servicio .....	101
Tabla 21: P9: Resultado de Composición del producto o potaje.....	102
Tabla 22: Estadística de Variable de Atención al Cliente .....	103
Tabla 23: Resultado de la dimensión de elementos tangibles .....	104
Tabla 24: Resultado de la dimensión de rapidez en el servicio .....	105
Tabla 25: Resultado de la dimensión Empatía.....	106
Tabla 26: Estadística de la Variable Gestión de Calidad.....	107
Tabla 27: Resultado de la dimensión de gestión de procesos .....	108
Tabla 28: Resultado de la dimensión de gestión de personas.....	109
Tabla 29: Resultado de la dimensión de diseño del producto.....	110

Tabla 30: Coeficiente de correlación de Rho de Spearman entre las variables de Atención al Cliente y Gestión de Calidad .....	111
Tabla 31: Coeficiente de correlación de Rho de Spearman entre Elementos Tangibles y la Gestión de Calidad .....	113
Tabla 32: Coeficiente de correlación de Rho de Spearman entre Rapidez en el servicio y la Gestión de Calidad .....	114
Tabla 33: Coeficiente de correlación de Rho de Spearman entre Empatía y la Gestión de Calidad.....	115

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Niveles del Indicador de Presentación del personal .....	84
Figura 2. Niveles del Indicador Mobiliario y equipo.....	85
Figura 3. Niveles del Indicador de Decoración y Ambiente.....	86
Figura 4. Niveles del Indicador Utilización de las TICs.....	87
Figura 5. Niveles del Indicador de Atención Rápida.....	88
Figura 6. Niveles del Indicador Respuesta al Cliente .....	89
Figura 7. Niveles del Indicador Disposición de los Empleados .....	90
Figura 8. Niveles del Indicador de Atención Personalizada.....	91
Figura 9. Niveles del Indicador Comprensión al Cliente.....	92
Figura 10. Niveles del Indicador de Trato Respetuoso y Cordial.....	93
Figura 11. Niveles del Indicador de Implantación de Plan de Trabajo.....	94
Figura 12. Niveles del Indicador Herramientas de Gestión.....	95
Figura 13. Niveles del Indicador Aplicación de Estrategias.....	96
Figura 14. Niveles del Indicador de Planificación de Puestos.....	97
Figura 15. Niveles del Indicador Formación del Personal.....	98
Figura 16. Niveles del Indicador Retribución o Motivación .....	99
Figura 17. Niveles del Indicador Calidad del Producto.....	100
Figura 18. Niveles del Indicador de Presentación del producto .....	101
Figura 19. Niveles del Indicador Composición del Producto.....	102
Figura 20. Niveles de frecuencia de la variable Atención al Cliente.....	103
Figura 21. Niveles de Frecuencia de la dimensión Elementos Tangibles .....	104
Figura 22. Niveles de frecuencia de la dimensión Rapidez en el Servicio.....	105
Figura 23. Niveles de frecuencia de la dimensión de Empatía.....	106
Figura 24. Niveles de frecuencia de la Variable Gestión de Calidad .....	107
Figura 25. Niveles de frecuencia de la dimensión de Gestión de Procesos.....	108
Figura 26. Niveles de frecuencia de la dimensión de Gestión de Personas.....	109
Figura 27. Niveles de frecuencia de la dimensión de Diseño del Producto.....	110

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la Atención al Cliente y Gestión de Calidad en las Mypes, sector servicio, caso: “Plaza Restaurant”, Cañete, 2019. El tipo de investigación fue cuantitativo, nivel de investigación correlacional, diseño no experimental, transversal, la muestra fue probabilística y estuvo conformada por 213 clientes para la variable de Atención al Cliente y 04 colaboradores del restaurant, para la variable Gestión de Calidad, la técnica utilizada fue la encuesta, constaba de 19 preguntas, 10 para AC y 9 para GC, se utilizó el Excel para las tablas, gráficos y tabulaciones y para hallar la correlación de las variables, se aplicó el sistema estadístico SPSS. Los resultados demostraron que si existe correlación significativa positiva grande y perfecta de  $r=1,000$ , entre Atención al Cliente y Gestión de Calidad, según el coeficiente Rho de Spearman, donde el 65% de clientes indican que existe una buena Atención al Cliente y un 50% de colaboradores sostienen que la Gestión de Calidad es buena, además el 69% de los clientes señalaron que los elementos tangibles son buenos, el 69% mencionaron que la rapidez en el servicio es bueno, el 59% opinaron que la empatía del personal es regular. En cuanto a los colaboradores, el 100% indicaron que se aplica la gestión de procesos, un 50% que se emplea gestión de personas y un 75% indica que diseño del producto es regular. En conclusión, si existe una correlación positiva grande y perfecta entre Atención al Cliente y Gestión de Calidad, asimismo si existe una correlación positiva baja entre Elementos Tangibles y Gestión de Calidad, además si existe una correlación positiva alta entre Rapidez en el Servicio y Gestión de Calidad y por último si existe una correlación positiva alta entre Empatía y la Gestión de Calidad.

**Palabras clave: Atención, Calidad, Gestión, Servicio.**

## ABSTRACT

The present research work aimed to determine the relationship between Customer Service and Quality Management in MSEs, service sector, case: “Plaza Restaurant”, Cañete, 2019. The type of research was quantitative, correlational research level, non-experimental, cross-sectional design, the sample was probabilistic and consisted of 213 clients for the Customer Service variable and 04 restaurant employees, for the Quality Management variable, the technique used was the survey, it consisted of 19 questions, 10 for AC and 9 for CG, Excel was used for the tables, graphs and tabulations and to find the correlation of the variables, the SPSS statistical system was applied. The results showed that if there is a large and perfect positive significant correlation of  $r = 1,000$ , between Customer Service and Quality Management, according to Spearman's Rho coefficient, where 65% of customers indicate that there is good Customer Service and 50% % of collaborators maintain that Quality Management is good, in addition 69% of clients indicated that tangible elements are good, 69% mentioned that the speed of service is good, 59% said that staff empathy is regular. As for the collaborators, 100% indicated that process management is applied, 50% that people management is used and 75% indicate that product design is regular. In conclusion, if there is a large and perfect positive correlation between Customer Service and Quality Management, also if there is a low positive correlation between Tangible Elements and Quality Management, also if there is a high positive correlation between speed of service and Management of Quality and finally if there is a high positive correlation between empathy and Quality Management.

**Key words: Attention, Quality, Management, Service.**