

UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN9+

**ESCUELA DE POSTGRADO
MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA**



TESIS

**CALIDAD DE SERVICIO Y ATENCION AL CLIENTE
EN PLAZA AUTOSERVICIOS S.A.C. HUACHO**

**PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO
EN ADMINISTRACION ESTRATÉGICA**

Presentado por:

ELSA ESPERANZA MENDOZA ZÚÑIGA

Asesora:

Mg. Delia Haydee Cajaleón Asencios

HUACHO – PERU

2014

RESUMEN

El objetivo principal de esta investigación, es conocer de qué manera la calidad de servicio como parte del proceso organizacional, influyen en la atención al cliente en Plaza Autoservicio SAC. Huacho.

Este estudio se enmarca dentro de las investigaciones descriptivas, correlacionales y transversales, ya que por medio del análisis, observación y descripción de las variables, se evidenció la falta de un sistema adecuado de atención al cliente, debiéndose tener en cuenta factores internos y externos, un mejoramiento continuo de la calidad, llevaría a la empresa a la obtención de altos niveles de comprensión y satisfacción de sus clientes; asimismo implementar políticas de constante asesoramiento personalizado hacia el cliente, contribuiría a que se sienta satisfecho al asistir al establecimiento.

Los datos estadísticos que sostienen esta investigación vienen de los resultados obtenidos por la aplicación del método estadístico de Correlación de Spearman, se conocieron los porcentajes de las variables, correspondiéndoles un nivel medio en calidad de servicio y un nivel aceptable en la atención al cliente, siendo la percepción de los clientes de la empresa.

Finalmente, el desarrollo de la presente investigación, nos ha permitido determinar que es necesario aplicar herramientas estratégicas de marketing, orientadas al mejoramiento continuo de la calidad de servicio, atraer nuevos clientes y optimizar la rentabilidad y otros aspectos relacionados a un estudio de esta naturaleza.

Palabras Claves: Autoservicio, calidad, estrategias, atención, comunicación.