



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

“CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL  
ÁREA DE RECLAMOS DE LA EMPRESA CÁLIDDA, LOS OLIVOS, 2018.”

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

**AUTOR:**

LESLIE KATERIN PISCOYA JIMENEZ

**ASESOR:**

Dr. IVÁN ORLANDO TANTALEAN TAPIA

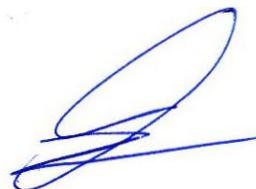
**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

GESTIÓN DE ORGANIZACIONES

**LIMA-PERÚ**

**2018**

PÁGINA DEL JURADO



---

Dr. Alva Arce, Rosel César  
Presidente



---

**Msc. Mairena Fox, Petronila Liliana**

Secretar



---

**Dr. Tantaleán Tapia, Iván Orlando**  
Vocal

## **DEDICATORIA**

*A mis padres por su arduo esfuerzo y sacrificio incansable para llenarme de oportunidades siempre. Por el amor y el aliento que me brindan incluso en mis caídas, lucharé en todo momento por llenarlos de orgullo.*

*A mi tía Fiorella, por confiar y apoyar cada uno de mis sueños. Por su gran y arduo apoyo y esfuerzo para ayudarme a culminar mi carrera universitaria.*

*A mis hermanos, por llenar mis días de alegría, amor y ganas de continuar.*

## **AGRADECIMIENTO**

*A cada uno de los maestros que en estos cinco años contribuyeron con mi formación académica, inculcándome valores y conocimientos. De cada uno de ustedes me llevo gratos recuerdos.*

*Doy un agradecimiento especial a mi asesor temático, el Dr. Iván Orlando Tantalean Tapia, por dedicar su tiempo en asesorarme, instruirme y orientar mi trabajo de investigación.*

*A la empresa Cálidda S.A.C. por facilitarme y permitirme el desarrollo de mi tesis con información real y veraz brindada por sus colaboradores.*

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo Leslie Katerin Piscoya Jimenez con DNI N° 70104395, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 28 de Noviembre del 2018.



---

**PISCOYA JIMENEZ, LESLIE KATERIN**

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Calidad de servicio y la satisfacción del cliente en el área de reclamos de la empresa Cálidda, Los Olivos, 2018”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Administración.

Piscoya Jimenez, Leslie Katerin.

## ÍNDICE

<b>I. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Realidad problemática .....	1
1.2. Trabajos previos.....	3
1.2.1 Internacionales.....	3
1.2.2 Nacionales.....	6
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	9
1.4. Formulación del problema.....	22
1.4.1 Problema general .....	22
1.4.2. Problemas específicos.....	22
1.5 Justificación del estudio.....	23
1.5.1. Justificación teórica .....	23
1.5.2. Justificación metodológica .....	23
1.5.3. Justificación práctica .....	23
1.6. Hipótesis .....	24
1.6.1. Hipótesis general .....	24
1.6.2. Hipótesis específicas.....	24
1.7. Objetivos .....	24
1.7.1. Objetivo general .....	24
1.7.2. Objetivos Específicos .....	24
<b>II. MÉTODO</b> .....	<b>26</b>
2.1. Metodología de la investigación .....	26
2.1.1. Método.....	26

2.1.3.	Tipo.....	26
2.1.4.	Nivel .....	26
2.1.4.	Diseño.....	27
2.2.	Variables, operacionalización .....	27
2.2.1.	Operacionalización .....	27
2.3.	Población y Muestra .....	30
2.3.1.	Población .....	30
2.3.2.	Muestra .....	30
2.3.3.	Método de muestreo probabilístico .....	31
2.3.4.	Instrumentos de recolección .....	31
2.3.5.	Validez.....	33
2.4.	Métodos de análisis de datos .....	36
2.5.	Aspectos éticos .....	36
<b>2.6.</b>	<b>Financiamiento.....</b>	<b>36</b>
<b>III.</b>	<b>RESULTADOS.....</b>	<b>37</b>
3.1.	Estadística descriptiva – tablas de frecuencia.....	37
4.1.1.	Estadística descriptiva - agrupada .....	57
4.2.	Estadística Inferencial.....	60
4.2.1.	Prueba de Normalidad .....	60
4.2.2.	Prueba de Correlación .....	60
<b>IV.</b>	<b>DISCUSIÓN.....</b>	<b>67</b>
<b>V.</b>	<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>70</b>
<b>VI.</b>	<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>71</b>
<b>VII.</b>	<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>72</b>

<b>VIII. ANEXOS.....</b>	<b>75</b>
--------------------------	-----------

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.2.1.a</b>	Matriz de operacionalización – variable 1.	24
<b>Tabla 2.2.1.b</b>	Matriz de operacionalización – variable 2.	25
<b>Tabla 2.3.1.1</b>	Población.	26
<b>Tabla 2.3.4.1</b>	Distribución numérica de ítems por variable.	27
<b>Tabla 2.3.4.2</b>	Puntuación de Ítems en la escala de Tipo Likert.	28
<b>Tabla 2.3.5.1</b>	Validación de Expertos.	28
<b>Tabla 2.3.6.1.a</b>	Confiabilidad.	29
<b>Tabla 2.3.6.1.b</b>	Escala de medidas para evaluar el alfa de cronbach.	30
<b>Tabla 2.3.6.1.c</b>	Alfa de cronbach.	31
<b>Tabla 3.1.1</b>	Estadística de los niveles de eficacia.	33
<b>Tabla 3.1.2</b>	Estadística de los niveles de responsabilidad.	34
<b>Tabla 3.1.3</b>	Estadística de los niveles de excelencia.	35
<b>Tabla 3.1.4</b>	Estadística de los niveles de privacidad de la información.	36
<b>Tabla 3.1.5</b>	Estadística de los niveles de confianza.	37
<b>Tabla 3.1.6</b>	Estadística de los niveles de personal capacitado.	38
<b>Tabla 3.1.7</b>	Estadística de los niveles de conocimientos.	39
<b>Tabla 3.1.8</b>	Estadística de los niveles de calidez.	40
<b>Tabla 3.1.9</b>	Estadística de los niveles de comprensión.	41
<b>Tabla 3.1.10</b>	Estadística de los niveles de comunicación.	42
<b>Tabla 3.1.11</b>	Estadística de los niveles de amabilidad.	43

<b>Tabla 3.1.12</b>	Estadística de los niveles de interés.	44
<b>Tabla 3.1.13</b>	Estadística de los niveles de justicia.	45
<b>Tabla 3.1.14</b>	Estadística de los niveles de estructura.	46
<b>Tabla 3.1.15</b>	Estadística de los niveles de privacidad de la información .	47
<b>Tabla 3.1.16</b>	Estadística de los niveles de apoyo.	48
<b>Tabla 3.1.17</b>	Estadística de los niveles de tranquilidad.	49
<b>Tabla 3.1.18</b>	Estadística de los niveles de rapidez en el servicio.	50
<b>Tabla 3.1.19</b>	Estadística de los niveles de disposición del personal.	51
<b>Tabla 3.1.20</b>	Estadística de los niveles de tasertividad en el tiempo.	52
<b>Tabla 4.1.1.1</b>	Estadística agrupada – confiabilidad.	53
<b>Tabla 4.1.1.2</b>	Estadística agrupada – seguridad.	53
<b>Tabla 4.1.1.3</b>	Estadística agrupada – empatía.	54
<b>Tabla 4.1.1.4</b>	Estadística agrupada – percepción del cliente.	54
<b>Tabla 4.1.1.5</b>	Estadística agrupada – expectativas.	55
<b>Tabla 4.1.1.6</b>	Estadística agrupada – capacidad de respuesta.	56
<b>Tabla 4.2.1.1</b>	Prueba de normalidad.	57
<b>Tabla 4.2.2.1</b>	Escala de correlación.	58
<b>Tabla 4.2.2.2</b>	Correlación - hipótesis general.	59
<b>Tabla 4.2.2.3</b>	Correlación - hipótesis específica 1.	60
<b>Tabla 4.2.2.4</b>	Correlación - hipótesis específica 2.	62
<b>Tabla 4.2.2.5</b>	Correlación - hipótesis específica 3.	63

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.3.1	Disciplinas científicas de la Administración.	10
Figura 1.3.2.b	Ciclo de Deming.	13
Figura 1.3.2.c	Diagrama de causa-efecto.	14

## RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo general el demostrar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en el área de reclamos de la empresa Cálidda, Los Olivos, 2018. Es de diseño no experimental de corte transversal y de tipo descriptivo – correlacional para poder analizar la relación de las variables. Se aplicó un cuestionario conformado por 20 preguntas dirigido a 217 clientes que presentaron reclamos durante los últimos 3 meses de la investigación. Los resultados obtenidos, evidenciaron un coeficiente de correlación de  $Rho=0,518$  y un nivel de significancia  $p=0,003$  ( $p<0.05$ ), por lo que se concluye que existe una correlación positiva fuerte entre las variables de estudio, es decir, si existe relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente.

**Palabras clave:** Calidad de servicio, satisfacción del cliente.

## ABSTRACT

The general objective of this research is to demonstrate the relationship between quality service and customer satisfaction in claims area of Cálidda, Los Olivos, 2018. It is a non-experimental cross-sectional design and descriptive in nature correlation to be able to analyze the relationship of the variables. A survey consisting of 20 questions we applied to 217 customers who filed claims during the last 3 months of the research. The results obtained, showed a correlation coefficient of  $Rho=0,518$  and a significance level  $p=0,003$  ( $p<0.05$ ), so it is concluded that there is a strong positive correlation between the study variables, it means, there is a relationship between quality service and customer satisfaction.

**Key words:** Quality service, customer satisfaction.