



UNIVERSIDAD PRIVADA NORBERT WIENER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
DE NEGOCIOS Y COMPETITIVIDAD

TESIS

**PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE
CALL CENTER DE LA EMPRESA KIMBERLY CLARK
RESPECTO A LA MARCA HUGGIES 2014**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

AUTORA

Br. CANCHARI CÓRDOVA PATRICIA GIULIANNA

ASESORA

Dra. CARHUANCHO MENDOZA IRMA MILAGROS

LIMA - PERÚ

2015

Resumen

La investigación titulada: “Percepción de la calidad del servicio de call center de la empresa Kimberly Clark respecto a la marca Huggies 2014”, tuvo como objetivo general: Determinar el nivel de percepción de la calidad del servicio de call center de la empresa Kimberly Clark respecto a la marca Huggies 2014.

La investigación se realizó bajo el diseño descriptivo simple, el método utilizado fue descriptivo, la población de estudio estuvo conformada por 65 madres que realizaron su reclamo o queja en el cuarto trimestre del año 2014, para la recopilación de datos se utilizó el cuestionario SERVQUAL.

Por lo tanto, se demostró que las madres se encuentran satisfechas con la calidad de servicio brindado por el call center de la empresa Kimberly Clark respecto a la marca Huggies 2014.

Palabras clave: Calidad de servicio, confiabilidad, responsabilidad, seguridad, empatía y bienes tangibles