



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

Mejora continua y la calidad de servicio en la agencia de aduana

TRANSGLOBAL CUSTOMS LOGISTIC S.A.C-2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Negocios Internacionales

AUTORA:

Vivanco Chero, Linda Rosa (ORCID: 0000-0001-7666-4688)

ASESOR:

Dr. León Espinoza, Lessner Augusto (ORCID: 0000-0002-9983-8967)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

CALLAO – PERÚ

2019

Dedicatoria

A Dios y a mi familia, que con su valentía e ímpetu supieron siempre sacar lo mejor de mí para no darme por vencida ante cualquier obstáculo y por impulsarme a lograr mis objetivos y a mis compañeros por su apoyo y motivación en cada paso.

Agradecimiento

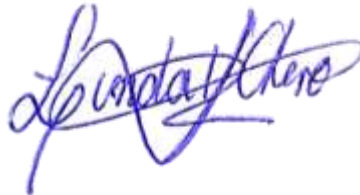
A la Universidad César Vallejo por estos años de aprendizaje, a la empresa TRANSGLOBAL CUSTOMS LOGISTIC S.A.C. por su colaboración en esta investigación y a mi asesor, el Dr. Lessner León Espinoza por su paciencia, dedicación y sus sabias enseñanzas.

Página del Jurado

Declaratoria de Autenticidad

Yo, Linda Rosa Vivanco Chero identificada con DNI N.º 48576771, en cumplimiento de las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Negocios Internacionales, declaro bajo juramento que toda la documentación e información que se encuentra en la presente tesis es auténtica y veraz.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión en la documentación e información aportada, para lo cual me someto a lo dispuesto por la normatividad académica de la Universidad César Vallejo.



VIVANCO CHERO, Rosa Linda
D.N.I: 48576771

Índice

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del Jurado	iv
Declaratoria de Autenticidad	v
Índice	vi
Índice de Tablas	vii
Índice de Figuras	viii
RESUMEN.....	x
ABSTRACT.....	xi
I.INTRODUCCIÓN	01
II. MÉTODO.....	11
2.1 Método, tipo, nivel, enfoque y diseño de Investigación	12
2.2 Variables, Operacionalización:	13
2.3 Población y Muestra	19
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos validez y confiabilidad	20
2.5 Métodos de análisis de datos	24
III.RESULTADOS	25
IV.DISCUSIÓN	48
V.CONCLUSIONES	53
VI.RECOMENDACIONES	55
REFERENCIAS	57
ANEXOS	62
ANEXO 1: FORMATO DE ENCUESTA	63
ANEXO 2: VALIDACIÓN DE JUECIO DE EXPERTOS	65

ANEXO 3: MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	68
ANEXO 4: ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	69
ANEXO 5: AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN	70
ANEXO 6: PANTALLAZO TURNITIN	71
ANEXO 7: AUTIRIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	72

Índice de Tablas

Tabla 1. Validez de contenido por juicio de expertos del instrumento para las variables: Mejora Continua y Calidad de Servicio.....	21
Tabla 2. Coeficiente de Alfa de Cronbach.....	22
Tabla 3. Estadístico de fiabilidad de la variable independiente: Mejora continua	22
Tabla 4. Estadístico de fiabilidad de la variable dependiente: Calidad de Servicio	23
Tabla 5. Estadístico de fiabilidad de la variable independiente y dependiente: Mejora continua y Calidad de Servicio	24
Tabla 6. Análisis descriptivo de la variable independiente: Mejora Continua	26
Tabla 7. Análisis descriptivo de la dimensión 1: Planificar.....	27
Tabla 8. Análisis descriptivo de la dimensión 2: Hacer.....	28
Tabla 9. Análisis descriptivo de la dimensión 3: Verificar.....	29
Tabla 10. Análisis descriptivo de la dimensión 4: Actuar	30
Tabla 11. Análisis descriptivo de la variable dependiente: Calidad de Servicio	31
Tabla 12. Análisis descriptivo de la dimensión 1: Seguridad	32
Tabla 13. Análisis descriptivo de la dimensión: Empatía.....	33
Tabla 14. Análisis descriptivo de la dimensión: Fiabilidad	34
Tabla 15. Coeficiente de correlación de variables de Pearson.....	36
Tabla 16. Correlación de variables- hipótesis general	37
Tabla 17. Resumen del modelo según la variable “Mejora Continua” y la variable “Calidad de Servicio”	37
Tabla 18. Prueba de ANOVA según la variable “Mejora Continua” y la variable “Calidad de Servicio”	38

Tabla 19. Tabla de coeficientes la variable Mejora Continua” y la variable “Calidad de Servicio”	38
Tabla 20. Correlación de variables- hipótesis específica 1	39
Tabla 21. Resumen del modelo según la variable “Mejora Continua” y la dimensión “Seguridad”	40
Tabla 22. Prueba de ANOVA según la variable “Mejora Continua” y la dimensión “seguridad”	40
Tabla 23. Tabla de coeficientes según la variable “Importación” y la dimensión “Estrategia empresarial”	41
Tabla 24. Correlación de variables- hipótesis específica 2.....	42
Tabla 25. Resumen del modelo según la variable “Mejora Continua” y la dimensión “Empatía”	43
Tabla 26. Prueba de ANOVA según la variable “Mejora Continua” y la dimensión “Empatía”	43
Tabla 27. Tabla de coeficientes según la variable “Mejora Continua” y la dimensión “Empatía”	44
Tabla 28. Correlación de variables- hipótesis específica 3.....	45
Tabla 29. Resumen del modelo según la variable “Mejora Continua” y la dimensión “Fiabilidad”	46
Tabla 30. Prueba de ANOVA según la variable “Mejora Continua” y la dimensión “Fiabilidad”	46
Tabla 31. Tabla de coeficientes según la variable “Mejora Continua” y la dimensión “Fiabilidad”	47

Índice de Figuras

Figura 1. Nivel de la variable: Mejora Continua	26
Figura 2. Nivel de la dimension Planificar	27
Figura 3. Nivel de la dimension Hacer	28
Figura 4. Nivel de la dimension Verificar	29
Figura 5. Nivel de la dimension Actuar	30
Figura 6. Nivel de la variable Calidad de Servicio	31

Figura 7. Nivel de la dimension Seguridad	32
Figura 8. Nivel de la dimension Empatía	33
Figura 9. Nivel de la dimension Fiabilidad	34

Resumen

En la presente pesquisa de investigación se realizó en una agencia de aduana la cual presta servicios de Atendimiento de carga, transporte de carga, entre otros relacionados a la logística la cual tiene como objetivo principal determinar la influencia de la Mejora continua en la calidad del servicio en la agencia de aduana Transglobal Customs Logistic S.A.C., para lo cual se realizó la indagación teórica mediante la recolección de fuentes de información. La metodología de investigación empleada en el desarrollo del presente trabajo, tiene un enfoque cuantitativo. Así mismo se determinó que la población de estudio fueron los clientes de la agencia de aduana, la muestra de estudio estará formada por 37 clientes; el instrumento de cuestionario está conformado por 17 preguntas en medición de escala de Likert, los resultados obtenidos se han procesado y analizados mediante el programa estadístico SPSS, para así poder obtener y medir el nivel de confiabilidad mediante el alfa de Cronbach, el cual alcanzo un nivel de 0.836 y por consiguiente analizar e interpretar los gráficos estadísticos obtenidos por cada pregunta. Finalmente se obtuvo como resultados significativos que si existe influencia de la mejora continua y la calidad de servicio de la agencia de aduana TRANSGLOBAL CUSTOMS LOGISTIC S.A.C.

Palabras claves: Calidad de Servicio, mejora continua y logística.

Abstract

In the present research research was carried out in a customs agency which provides services of cargo loading, cargo transport, among others related to logistics which has as main objective to determine the influence of continuous improvement in the quality of service in the customs agency Transglobal Customs Logistics SAC, for which the theoretical investigation was carried out through the collection of information sources. The research methodology used in the development of this work, has a quantitative approach. Likewise, it was determined that the study population was the clients of the customs agency, the study sample will be formed by 37 clients; the questionnaire instrument is made up of 17 questions in Likert scale measurement, the results obtained have been processed and analyzed through the statistical program SPSS, in order to obtain and measure the level of reliability through Cronbach's alpha, which reached a 0.836 level and therefore analyze and interpret the statistical graphs obtained for each question. Finally, significant results were obtained as to whether the influence of the continuous improvement and the quality of service of the customs agency TRANSGLOBAL CUSTOMS LOGISTIC S.A.C. is significant.

Keywords: Quality of Service, continuous improvement and logistics.

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad problemática:

A nivel internacional

El comercio internacional se incrementa cada vez más, y las agencias de aduanas son parte principal de la cadena logística, dentro del rubro de comercio exterior, la calidad de servicio se ha transformado en un componente de suma importancia, es así como en la última década se ha visto que cada vez más empresas optan por ofrecer un servicio de calidad, menciona Falcão et al.(2017) que las necesidades de los clientes cambian cada día y, por lo tanto, los esfuerzos orientados a mejoras de la calidad en los servicios deben acompañar la velocidad de estos cambios, para esto es necesario tener en cuenta la mejora continua dentro de la organización, según el ABPMP la mejora continua es la revisión perseverante de los procesos internos de una empresa para mejorar su rendimiento y solucionar problemas, reducir costos de oportunidad y optimizar sus procesos. Considerando estas dos variables podemos identificar en este aspecto a la empresa **DHL** quien es la marca líder mundial en logística, cuenta con envíos nacionales e internacionales mercancía y servicio de transporte tanto por carretera, como también marítima y aérea, así mismo ofrece el comercio electrónico y el servicio de la cadena de suministro. DHL es seguro, puntual y confiable.

A nivel nacional

A nivel nacional se ha producido un crecimiento en el PBI, según el MEF la economía peruana creció en un 5.3% en noviembre, la tasa más alta se identificó en mayo del 2018 y sobrepasa lo deseado por los grupos del mercado (5.0%), lo que ha generado que los negocios internacionales se incrementen cada día más y se necesitan una mayor capacidad de los operadores logísticos de aduana para atender las solicitudes de los clientes. En nuestro país vemos que la empresa que está manejando mejor la calidad de sus servicios frente a sus clientes es **Beagle Agentes de Aduanas S.A.**, quien es parte clave de la cadena logística de abastecimiento de los clientes la cual considera que es importante la eficacia y eficiencia en sus operaciones. La cual se ha posicionado entre los 5 primeros Operadores de Comercio Exterior del país, brindando servicios de Importación y Exportación que contribuyen en el desarrollo del país. Esta empresa cuenta con certificaciones que demuestran los exigentes estándares de seguridad en las operaciones del comercio internacional lo cual genera un respaldo en la calidad de servicio hacia el consumidor con el propósito de lograr un clima de confianza y fidelización.

A nivel sector

Actualmente existe una gran competencia entre las agencias de aduanas, según el INEI el sector servicio creció en un 1.77% en abril del presente año; en nuestro país hay más de 800 agencias de carga y 400 agencias de aduana habilitadas de acuerdo al portal web de la SUNAT, lo que genera que el cliente cuente con más opciones para la elección del servicio, agencias que se diferencian a nivel de precios, infraestructura entre otros, es así que la mejora continua y la calidad de servicio son clave para la diferenciación de las demás empresas. Es así como hoy en día las empresas se enfocan en obtener certificaciones que comprueben la calidad y seguridad de los servicios que ofrecen para ser las elegidas en el mercado. El diario la Republica (2017) señala que, en nuestro país, solo el 1% de empresas privadas cuentan con la certificación que demuestra calidad en su servicio. Tal y como lo indica el Instituto nacional de Calidad (INACAL). [...] Actualmente 1.329 mil empresas cuentan con una certificación de calidad [...], pero en Perú existen un millón 382 mil 899, como lo indica SUNAT.

A nivel local

Habiendo analizado las empresas DHL y Beagle Agentes de Aduanas S.A., estas empresas demuestran que brindan un servicio de calidad y se encuentran posicionadas en la mente del consumidor, brindando en cada servicio, garantía, eficacia y puntualidad demostrando así que son marcas líderes en el mercado competitivo actual. Por estas razones, es que se busca que la agencia de aduana Transglobal Customs Logistic Sac la cual es una empresa quien inició su actividad en el 2004, dedicada a la prestación de servicios aduaneros y transporte de carga. Es así como se ha decidido investigar la importancia de la MEJORA CONTINUA Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA AGENCIA DE ADUANA TRANSGLOBAL CUSTOMS LOGISTIC S.A.C. para incrementar la cartera de clientes y satisfacer las necesidades de los mismos.

1.2 Trabajos previos

Para este proyecto se ha indagado en distintas fuentes con relación a las variables seleccionadas, las cuales serán indicadas a continuación:

A nivel internacional:

Rubio, G. (2014). *En su revista científica Cuadernos de Administración* titulada **La calidad del servicio al cliente en los grandes supermercados de Ibagué: un análisis desde la escala multidimensional (SERVQUAL)**, un estudio realizado en la Universidad de Tolima, Ibagué, Colombia, donde el autor tuvo como objetivo comprender la opinión de los clientes sobre el servicio de los supermercados, el cual tiene un enfoque cuantitativo. Se seleccionaron 380 clientes para que respondan las 13 preguntas de la encuesta. Asimismo, se obtuvo un 0,81 de Confiabilidad con Alfa de Cronbach y 1 para Spearman con una significancia de 0.05 (<0.05). Es así que se concluyó que la satisfacción de los consumidores y la calidad del servicio en relación a los proveedores que brindan productos y servicios, son importantes no solo desde la perspectiva del cliente, sino como parte fundamental que la gerencia debe tener en cuenta para la toma de decisiones de las grandes superficies de Ibagué.

Theresia, L & Bangun, R (2017). En su revista *Materials Science and Engineering*. **Service quality that improves customer satisfaction in a university: a case study in Institut Teknologi Indonesia.**, el autor indica que su objetivo fue descubrir el impacto que tuvo la calidad del servicio en el aumento de la Satisfacción del cliente en una universidad. Dicha investigación fue de enfoque cuantitativo y obtuvo un 0.839 de Confiabilidad en el Alfa de Cronbach y un 0.713 Spearman en la dimensión Fiabilidad. Por lo que se llegó a la conclusión que los estudiantes demuestran preocupación por las variables tangibles y de confiabilidad las cuales han demostrado en este estudio un resultado positivo en la satisfacción de los estudiantes.

González, R (2015). *En su revista científica Ciencia e Ingeniería Neogranadina*. **Evaluación de la calidad del servicio percibida en entidades Bancarias a través de la escala Servqual.** El presente trabajo se realizó en la Universidad de Cienfuegos, Cienfuegos- Cuba, el autor el autor indica que su objetivo la evaluación de la calidad percibida para mejorarla con una perspectiva en la gestión por procesos. El cual tiene un enfoque cuantitativo, con un resultado de 0,830 en la Confiabilidad con Alfa de Cronbach y con un coeficiente W de Kendall de 0.789. Por lo que llegó a concluir que la gestión en la calidad de los servicios bancarios desde la perspectiva de los clientes genera su satisfacción.

A nivel nacional:

Alarcón, J (2017) “*Modelo de mejora continua basado en procesos y su impacto en la calidad de los servicios que perciben los clientes de la empresa de servicios ServiFreno de la ciudad de Quito – Ecuador*” (Tesis de grado) Un estudio realizado en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos- Lima. El autor indico que su objetivo fue comprobar el nivel que tiene el Modelo de Mejora Continua fundamentado en los métodos en la Calidad de los Servicios observados por los clientes de la empresa. La pesquisa es no-experimental, para la cual se obtuvo una diferenciación de medias entre el post y el pre test de 14.85 con 0.00 de significancia. Es así como, se concluyó que la Calidad de los Servicios y los métodos utilizados para mejora continua influyen en la observación que realizan los clientes a la organización.

Liza, C & Siancas, C (2016) “*Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en una Entidad Bancaria de Trujillo.*” (Tesis de grado) Un estudio realizado en la Universidad Privada del Norte, Trujillo – Perú, el autor indico que su objetivo fue comprobar el impacto de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente sobre una entidad bancaria de Trujillo, en el año 2016, el cual tiene un enfoque cuantitativo, de diseño no experimental- transversal, se requirió 377 clientes para responder a encuesta conformada por 49 preguntas; asimismo se obtuvo un 0.895 para la Confiabilidad Alfa de Cronbach y respecto a la Correlación de Spearman según las dimensiones se obtuvo para la Empatía un 0.793 y para seguridad un 0.834 ambas con un nivel de significancia de 0.000 (<0.05). Es así como, se concluyó que la satisfacción del cliente y la calidad del servicio bancario, se corresponden positivamente.

Molina, A (2018) en su tesis titulada “*Calidad del servicio y su incremento en la satisfacción del cliente de la empresa de transporte Molina, Puente Piedra – 2018*”, un estudio realizado en la Universidad César Vallejo (Tesis de Pregrado) El autor indico que su objetivo fue relacionar la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa de Transporte. Esta pesquisa es cuantitativa, de método hipotético - deductivo, aplicada, de diseño no experimental- transversal, para la cual se obtuvo un 0.614 en rho de Spearman y una de significancia de 0.000 (<0.05). Es así como se concluyó que calidad del servicio y satisfacción de los clientes de la empresa de Transporte se relacionan.

Ñañez, S (2017), *“Calidad de servicio y su influencia en la satisfacción del cliente de la empresa Cardeluxe S.A.C, distrito San Miguel, año 2017”*, un estudio realizado en la Universidad César Vallejo (Tesis de grado). El autor manifestó que su objetivo fue buscar cómo influye la Calidad de Servicio en la Satisfacción del cliente de la empresa Cardeluxe SAC. Esta pesquisa fue no experimental, con enfoque cuantitativo, de nivel Explicativo – Causal. Por lo que se obtuvo 0,671 de correlación de Pearson y una significancia de 0,000. Es así como se concluyó que para la empresa los elementos tangibles son importantes considerando su atribución en la satisfacción del cliente, desarrollando una planificación de las estrategias de comunicación, para transmitir un mensaje claro a todos los clientes.

Allecahuamán, M (2015) *CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE PACUCHA, ANDAHUAYLAS 2015*. (Tesis de pregrado) un estudio realizado en la universidad Nacional José María Arguedas, Andahuylas. El autor tuvo manifestó que su objetivo fue establecer la relación de la calidad de servicio y la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de Pacucha, su enfoque fue cuantitativo, en la cual se obtuvieron los siguientes resultados según la prueba de Confiabilidad Alfa de Cronbach se obtuvo un valor de 0.842 y respecto a la Correlación de Spearman de 0.555 con una significancia de 0.000 (<0.05).

1.3 Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Variable Independiente: Mejora Continua

En la presente pesquisa se conceptualiza la Mejora Continua por algunos autores:

Según Ledford, G (2015) “La mejora continua es el punto de vista que tienen las empresas sobre los cambios vinculados con los sistemas magros, así como a las habilidades de la gestión japonesa. Así mismo desafía las hipótesis usuales de la permuta organizativa que la tratan como una amenaza para el sistema, que pretende retornar a un periodo equilibrado dinámico, [...]”. (pág. 1)

Kholif, A; Abou, D; Khorshid, M; Elsherpieny, E; Olafadehan, O (2018) la mejora continua se refiere al esfuerzo constante para buscar y aplicar nuevas formas de hacer bien el trabajo (p.2)

Para Huarte, D (2015) “La mejora continua es la gestión de un método el cual se desarrollará en un largo plazo para mejorar y ahorrar, para poder destacar en su capacidad, producción, coste y tiempos de entrega frente a la competencia” (pág. 16)

Según César (2007) “La mejora continua o el ciclo PHVA es un proceso que, a la par con el método clásico para resolver dificultades, consiente en el resultado de la mejora en cualquier proceso en la organización. [...] Se divide en: Planificar, Hacer, Verificar, Actuar.” (Citado por Sandra 2015).

De acuerdo a lo indicado por los autores en referencia la mejora continua, se trata de un constante monitoreo sobre una organización, es el cambio que se requiere las diferentes áreas que se encuentren determinadas para cambios a fin de que esta logre su objetivo de avanzar continuamente con un mejor desempeño en tiempo oportuno, mejorando así la satisfacción de la organización y del cliente final.

1.3.2. Variable Dependiente: Calidad de Servicio

En la presente pesquisa se exponen conceptos de calidad del servicio realizadas por distintos escritores:

Lehtinen & Lehtinen (1982) “La calidad de servicio es la relación que logra la organización con el cliente cuando le brinda el servicio. [...] la cual se divide en: calidad física (imagen física del proveedor), la calidad corporativa (perfil y la imagen de la empresa) y la calidad participativa (relación entre los clientes y los elementos del servicio.” (Citado por Alarcón 2017).

Según Ijaz & Ali, (2013) la calidad puede definirse de persona a persona, pero mayormente se trata de realizar positivamente lo solicitado por el cliente, para aumentar y conservar a los clientes.” (Citado por Asif & Zaheer 2014)

Para Crosby (1994), la calidad es el desempeño de las exigencias, la cual debe contar con un medio de prevención, el patrón debe tener cero errores y la cantidad es el costo del incumplimiento. Su aporte significativo es incluir la dimensión humana a la gestión de la calidad. (Citado por Hernández, H; Barrios, I & Martínez, D, 2018).

La calidad del servicio es: “el argumento general de la excelencia o el servicio superior. [...] Al mismo tiempo es el valor que muestra la apreciación del cliente [...]” Por otro lado, mencionan las siguientes dimensiones [...] seguridad, Capacidad de respuesta, Fiabilidad, empatía y elementos tangibles”. (Torres & Vásquez, 2015).

Según Said, O & Fathy, E (2015) “La calidad de servicio es la diferenciación con la que cuenta la empresa para satisfacer a los usuarios con lo que necesitan” (p. 318)

Orlandini, I & Ramos, N (2017) manifiesta que la calidad de servicio “[...]se desarrolla y práctica por una empresa para interpretar lo que necesitan sus clientes y así poder brindarles un servicio viable, conveniente, rápido, elástico, apreciable, ventajoso, acertado, fehaciente y confiable, aún bajo escenarios inesperados o mediante cualquier equivocación” (p.146).

Considerando los conceptos de diversos autores determinamos que, al hablar de calidad de servicio, podemos indicar que se trata de la esencia que diferencia a una organización para que esta sea competitiva, y así mismo integrar la eficacia, eficiencia y flexibilidad para cubrir las exigencias, expectativas y satisfacción del cliente para generar su fidelización y recomendación con otros clientes en base a su servicio de excelencia.

1.4 Formulación del problema

1.4.1 Problema general:

¿Cómo influye la mejora continua en la calidad de servicio de la agencia de aduana Transglobal Customs Logistic S.A.C?

1.4.2 Problemas específicos:

¿Cómo influye la mejora continua en la seguridad de la agencia de aduana Transglobal Customs Logistic S.A.C?

¿Cómo influye la mejora continua en la empatía de la agencia de aduana Transglobal Customs Logistic S.A.C?

¿Cómo influye la mejora continua en la fiabilidad de la agencia de aduana Transglobal Customs Logistic S.A.C?

1.5 Justificación del estudio:

Según Sampieri, Fernández y Lucio (2014) definen la justificación como: “parte importante de la pesquisa dado que en este punto se deben exponer las razones del porqué de la investigación y que tan conveniente es” (p.40).

Por lo mencionado anteriormente, la presente pesquisa presenta la siguiente justificación.

Conveniencia:

Esta pesquisa es muy conveniente, dado que la empresa Transglobal Customs Logistic S.A.C, la cual brinda el servicio integral de agenciamiento de aduana y transporte, entre otros en el rubro del comercio nacional e internacional, busca incrementar la cantidad de clientes en la organización y a su vez fidelizar a sus clientes que optan por su servicio.

Social:

En el ámbito social el propósito de esta investigación es que la Agencia de Aduana Transglobal Customs Logistic S.A.C generar una relación especial entre los trabajadores y los clientes de su empresa, como una estrategia altamente competitiva con una visión a crecer organizacionalmente en el mercado e incrementar la rentabilidad para que puedan ayudar con el progreso del país, y brindando mayores puestos de trabajo.

Práctico:

En lo práctico la investigación, propone mejorar continuamente la calidad de servicio de la agencia Transglobal Customs Logistic S.A.C para ser diferenciada en el mercado actual y cumplir con las expectativas del cliente para mantenerlos en el tiempo, considerando el engrandecimiento de la competencia en el mercado actual.

Teórico:

Con esta pesquisa se dará a mostrar la importancia de la mejora continua y la calidad de servicio de la organización, utilizando la teoría de Parasuraman enfocada 3 de sus dimensiones que nos presentan en el modelo SERVQUAL referente solo a 3 de sus dimensiones que son parte de la calidad de servicio es conveniente ya que nos permitirá analizar el estado actual en que se encuentra la empresa.

Metodológico:

Esta pesquisa tiene como justificación metodológica contribuir y dejar un legado para otros investigadores que deseen investigar en el futuro respecto a la Importancia de la Mejora continua y la Calidad de Servicio en la Agencia DE ADUANA TRANSGLOBAL CUSTOMS LOGISTIC S.A.C, el mismo que tiene una relevancia transcendental por tratarse de un método donde se evalúa la calidad de servicio y poder

atender al cliente de acuerdo a sus necesidades y requerimientos. De tal modo es necesarios enfatizar que para el desarrollo de este trabajo el diseño de investigación utilizado es de carácter NO EXPERIMENTAL- TRANVERSAL.

1.6 Hipótesis:

1.6.1 Hipótesis general:

La mejora continua influye en la calidad del servicio de la agencia de aduana Transglobal Customs Logistic S.A.C.

1.6.2 Hipótesis específicas:

La mejora continua influye en la seguridad de la agencia de aduana Transglobal Customs Logistic S.A.C.

La mejora continua influye en la empatía de la agencia de aduana Transglobal Customs Logistic S.A.C.

La mejora continua influye con la fiabilidad de la agencia de aduana Transglobal Customs Logistic S.A.C.

1.7 Objetivos:

1.7.1 Objetivo general:

Determinar la influencia de la Mejora continua en la calidad del servicio en la agencia de aduana Transglobal Customs Logistic S.A.C.

1.7.2 Objetivos específicos:

Determinar la influencia de la Mejora continua en la seguridad de la agencia de aduana Transglobal Customs Logistic S.A.C.

Determinar la influencia de la Mejora continua en la empatía de la agencia de aduana Transglobal Customs Logistic S.A.C.

Determinar la influencia de la Mejora continua en la fiabilidad de la agencia de aduana Transglobal Customs Logistic S.A.C.

II. MÉTODO

2.1 Método, tipo, nivel, enfoque y diseño de Investigación

2.1.1. Enfoque

La presente pesquisa es **CUANTITATIVA** ya que según Ketokivi, M & Choi, T (2014), “Utiliza la recaudación de antecedentes para comprobar suposiciones, a través del cálculo numérico y el estudio estadístico, la misma que sirve para levantar estándares de conducta y comprobar teorías” (p.233).

2.1.2. Método

Para esta pesquisa se utilizó el método **HIPOTÉTICO DEDUCTIVO**; así mismo indica Bernal (2016), “que esta metodología comienza como afirmaciones en calidad de suposiciones y pretende negar o afirmar las hipótesis planteadas, derivando de las mismas los hechos reales que deben compararse con las conclusiones” (p.60).

2.1.3. Tipo

El tipo de estudio utilizado en este trabajo es **APLICADA** para **Amable, M (2015)**, la pesquisa aplicada “[...] tiene procedimientos prácticos, inmediatos, adecuadamente determinados, es decir, se indaga para proceder, convertir, cambiar o promover cambios fijando sector del entorno [...]” (p. 77).

2.1.4. Nivel

El nivel de estudio pertenece al **EXPLICATIVO – CAUSAL**.

Para Hernández et al. (2014), la pesquisa explicativa “[...] responde a las causas de los fenómenos tanto físicos o sociales y los sucesos. [...] muestra como ocurre y en que escenarios se revela un fenómeno y su relación entre dos o más variables.” (P 95)

2.1.5. Diseño

La indagación es **NO EXPERIMENTAL - TRANSVERSAL** donde Hernández et al. (2014), manifiesta que “se realiza no se deben maniobrar las variables, por lo tanto, quien está investigando solo debe observar los fenómenos como suceden naturalmente, sin interponerse en su proceso”

Además, nos señala que “este diseño recopila antecedentes con el propósito de puntualizar variables e investigar su acontecimiento e interrelación en un momento determinado del tiempo” (p. 152).

2.2 Variables, Operacionalización:

Esta pesquisa está conformada por con la variable **X** “MEJORA CONTINUA” y la variable **Y** “CALIDAD DE SERVICIO”. Siendo definidas conceptualmente.

2.2.1. Operacionalización de variables:

2.2.1.1. Variable Independiente X: MEJORA CONTINUA

Definición Conceptual

Según César (2007) “La mejora continua o el ciclo PHVA es un proceso que, a la par con el método clásico para resolver dificultades, consiente en el resultado de la mejora en cualquier proceso en la organización. [...] Se divide en: Planificar, Hacer, Verificar, Actuar.” (Citado por Sandra 2015).

En tal sentido la mejora continua es la constante revisión del proceso, para identificar problemas en alguna rama de la organización, con el propósito de resolver cualquier obstáculo que se pueda presentar dentro de los parámetros organizacionales de la empresa, optimizando tiempos, costos, para lograr los objetivos.

★ Dimensión: PLANIFICAR

Según Taylor MJ; Nicholas C, Nicolay C, al et. (2014) planificar es formular una hipótesis de mejora formando **objetivos** y protocolos obligatorios para obtener los resultados según los intereses del cliente y políticas de la organización. (p.293).

INDICADOR

- OBJETIVOS

Los objetivos son la razón de ser de las organizaciones y de la administración [...] (Martínez, M, Palos, G & Vargas, G, 2017). Así mismo podemos entender como objetivo al resultado esperado, que se busca alcanzar en un tiempo definitivo, con una adecuada planificación.

★ Dimensión: HACER

Según Moura, P & Sartori, M (2014) “hacer es **identificar oportunidades** de mejora en la organización, así mismo cumplir con los objetivos utilizando los recursos necesarios para ejecutar un plan de acción.” (p.47).

INDICADOR

- RECURSOS

Es el factor relevante con lo que cuenta la organización para efectuar sus trabajos y conseguir sus objetivos: en tal sentido están los recursos humanos y financieros. (Nicolás, C; Rubio, Alicia; 2014; p, 12)

★ Dimensión: VERIFICAR

Según Matsumoto, R (2014) “La empresa debe realizar un constante **seguimiento** para medir los procesos, el servicio y el **desempeño del personal** para comparar los resultados de las acciones, con lo planeado anteriormente.”

INDICADOR

- DESEMPEÑO

Según Vargas, E. (2015) “el desempeño son las gestiones o conductas que se observan en los trabajadores que son notables en beneficio para la empresa.”

★ Dimensión: ACTUAR

Según De Souza, J & Rodríguez, J & Leite, J (2016) “Actuar es realizar las acciones necesarias para mejorar constantemente el avance de los **procesos** y el servicio brindado. Si la meta fue conquistada, la actuación será de mantenimiento (adoptar como patrón el plan propuesto). Si la meta no fue conquistada, la actuación será de actuar sobre las causas que impidieron el éxito del plan.” (p. 162)

En la etapa de actuación correctiva ocurren las acciones de acuerdo con el resultado obtenido.

INDICADOR

- PROCESOS

Son un conjunto de actividades relacionadas por diversos criterios para llegar a las metas planteadas por la organización. (Martínez, A y cegarra, J; 2014)

2.2.1.2. Variable Dependiente Y: CALIDAD DE SERVICIO

Definición Conceptual

La calidad del servicio es: “el argumento general de la excelencia o el servicio superior. [...] Al mismo tiempo es el valor que muestra la apreciación del cliente [...]”

Por otro lado, mencionan las siguientes dimensiones [...] seguridad, Capacidad de respuesta, Fiabilidad, empatía y elementos tangibles”. (Torres & Vásquez, 2015).

★ **Dimensión: Seguridad**

Según Alarcón (2017) “Es la impresión que el cliente tiene al situar sus inconvenientes en una **organización** en la cual espera que sean resueltos por lo que involucra credibilidad, honestidad y **confiabilidad**. Para obtener la mayor satisfacción del cliente” (p. 18).

INDICADORES

ORGANIZACIÓN

Según De la Cruz, E; (2015) “la organización es el grupo de personas con un fin común. Para ello, se hace una clara diferencia entre la relación de las organizaciones públicas y privadas”. (p. 1)

CONFIANZA

Según Rojas, M, Londoño, L & Valencia, María (2015) “la confianza es la vulnerabilidad del individuo por el accionar de otro, se basa principalmente en que una de las partes delega una determinada acción para que sea cumplida por la otra parte sin que esta sea monitoreada ni controlada” (p. 1)

★ **Dimensión: Empatía**

“Es la destreza que tiene la compañía cuando les ofrece a sus clientes atención individualizada. No es simplemente ser amable con el consumidor, sin embargo, la caballerosidad es de gran importancia, la cual necesita de **compromiso** e implica al **cliente**, entendiendo sus necesidades y sus particularidades (Alarcón 2017, p. 18).

INDICADOR

- **Cliente**

Según Albrecht y Bradford (1990) Un cliente es un individuo el cual recibe un producto o un servicio de una empresa (Citado por Quispe, O & Maza, W. 2018, p.35).

- **Compromiso**

Según Brajer, R (2014) es la disposición de un empleado e identificación con la organización, metas y deseos de donde laboral para mantener su permanencia (p.91).

★ **Dimensión: Fiabilidad**

Según Alarcón (2017) “Es la capacidad que la empresa tiene para brindar un servicio confiado, seguro y cuidadoso. [...] también se hallan comprendidos aquellos elementos con los cuales el cliente puede descubrir la capacidad y **conocimientos** de los expertos de la organización [...]”. (p. 17).

INDICADORES

- **CONOCIMIENTOS**

Según Arroyo, M; Espinoza, I & Fuentes, M; (2015) “los conocimientos son la información que un individuo tiene sobre un determinado tema y lo ayuda a identificar oportunidades.”

2.2.2 Matriz de Operacionalización

Fuente: Elaboración propia (abril, 2019)

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	Escala de medición
VARIABLE INDEPENDIENTE	<p>Según César (2007) “La mejora continua o el ciclo PHVA es un proceso que, a la par con el método clásico para resolver dificultades, consiente en el resultado de la mejora en cualquier proceso en la organización. [...] Se divide en: Planificar, Hacer, Verificar, Actuar.” (Citado por Sandra 2015).</p>	<p>La variable independiente se evalúa mediante unos 8 ítems del cuestionario, donde se tiene en cuenta los indicadores para su realización de mismo.</p>	-	Objetivos	<p>Likert Según Hernández et al. (2014): Ordinal Se ordenan de mayor a menor. (p.215)</p> <p>Intervalo Se establece intervalos iguales en la medición (p.216)</p>
			Planificar	Recursos	
			Hacer	Desempeño	
			Verificar		
			-Actuar.	Procesos	

Fuente: Elaboración propia (abril, 2019)

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	Escala de medición
VARIABLE DEPENDIENTE	La calidad del servicio es: “el argumento general de la excelencia o el servicio superior. [...] Al mismo tiempo es el valor que muestra la apreciación del cliente [...]” Por otro lado, mencionan las siguientes dimensiones [...] seguridad, Capacidad de respuesta, Fiabilidad, empatía y elementos tangibles”. (Torres & Vásquez, 2015).	La variable dependiente se evalúa mediante unos 9 ítems del cuestionario, donde se tiene en cuenta los indicadores para su realización de mismo.	Seguridad	Organización	Likert Según Hernández et al. (2014): Ordinal Se ordenan de mayor a menor. (p.215) Intervalo Se establece intervalos iguales en la medición (p.216)
				Confianza	
			Empatía	Clientes	
				Compromiso	
			Fiabilidad	Conocimientos	

2.3 Población y Muestra

2.3.1 Población:

Una cantidad o universo puede referirse a un conjunto individuos de aquellos que se intenta investigar y conocer sus diferencias. (Hernández al et, 2014).

En esta investigación se consideró a los clientes con los que opera la agencia de Aduana TRANSGLOBAL CUSTOMS LOGISTIC S.A.C, siendo un total 40 clientes entre importadores y exportadores.

Unidad de muestreo

La unidad de muestreo son aquellos individuos, objetos de estudio [...] a su vez indica que la elección de los mismos se debe realizar teniendo en cuenta el planeamiento de la investigación. Hernández et al. (2014) (p. 172)

Nuestra unidad de muestreo utilizada se conforma por 40 clientes de la agencia de aduana TRANSGLOBAL CUSTOMS LOGISTIC S.A.C que además de son importadores frecuentes y el pago del servicio que solicitan es al contado

2.3.3 Muestra:

Para Hernández et al. (2014) Indica que la muestra " es un subgrupo de individuos en el cual se tiene un interés para la recolección de datos, este debe delimitar y definirse con precisión, el cual tiene que representar a la población" (p, 174)

La técnica del muestreo que se utilizó es PROBABILÍSTICO.

Para Hernandez et al. (2014). "Las muestras probabilísticas se utilizan fundamentales en los esquemas de pesquisa transeccionales, tanto descriptivos como correlacionales-causales [...], en la cual se busca descubrir apreciaciones de variables en la población." (p.177).

Para el calculo de la muestra utilizamos la siguiente muestra según corresponde la cual se presenta a continuación:

$$N = \frac{NZ^2PQ}{d^2(N - 1) + Z^2PQ}$$

Dónde:

Muestra (n)	
Nivel de confiabilidad	95%
Población (N)	40
Valor de distribución (Z)	1.96
Margen de error (d)	5%
Porcentaje de aceptación (P)	50%
Porcentaje de no aceptación (Q)	50%

$$N = \frac{(40)(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.05)^2(40 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$
$$N = 37$$

La muestra de la pesquisa se ha conformado por 37 clientes de la agencia de aduanas TRANSGLOBAL CUSTOMS LOGISTIC S.A.C.

Así mismo, describimos información relevante:

Unidad de análisis: Son todos los usuarios de la agencia de aduanas TRANSGLOBAL CUSTOMS LOGISTIC S.A.C.

Criterios de inclusión: Serán todos los usuarios de la agencia de aduanas TRANSGLOBAL CUSTOMS LOGISTIC S.A.C.

Criterios de exclusión: no se encuestará a los trabajadores de la misma agencia de TRANSGLOBAL CUSTOMS LOGISTIC S.A.C.

La técnica de muestreo utilizada es no probabilística. - por conveniencia. Para la estimación de la muestra realizaremos la encuesta al total de clientes de la organización TRANSGLOBAL CUSTOMS LOGISTIC S.A.C. siendo 37 clientes entre importadores y exportadores.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos validez y confiabilidad

2.4.1Técnica

La **encuesta** se utilizó como técnica, con la cual ha recopilado información de las contestaciones brindadas por los clientes que respondieron a las preguntas realizadas por el investigador.

Según López (2013), “señala que las técnicas son las numerosas maneras de adquirir la averiguación, mientras que las herramientas que se utilizan para la recaudación, almacenamiento y proceso de los datos recopilada son los instrumentos” (p 44).

2.4.2 Instrumentos de recolección de datos

Se utilizó el CUESTIONARIO como herramienta para la recaudación de información, el cual permite calcular y examinar la influencia entre las variables.

Para Hernández al et. (2014) “El investigador utiliza los materiales para recoger información necesaria los cuales se convierten en un medio característico de la investigación” (p.217).

El instrumento está conformado por 17 preguntas; 08 para la variable (Mejora Continua) y 09 para la variable (Calidad del servicio), el cuestionario está dirigido a los clientes de la empresa TRANSGLOBAL CUSTOMS LOGISTIC S.A.C.

Tabla 1. Validez de contenido por juicio de expertos del instrumento para las variables: Mejora Continua y Calidad de Servicio

N°	Grado Academico	Nombres y Apellidos	Dictamen
1	Magister	Walter Laurente Grados	Apicable
2	Magister	Alan Berrospi Acosta	Apicable
3	Magister	Marco Antonio Cardenas	Apicable

2.4.3 Confiabilidad

Menciona Hernandez al et. (2014) “La confiabilidad del instrumento es una medida que se representa a las veces en las que se aplica el instrumento a un mismo individuo u objeto que provoque los mismo resultados” (p.200)

También indica que hay diferentes formas de deducir la confiabilidad de un instrumento de medida, el cual utiliza medios y procedimientos que provocan coeficientes de fiabilidad. Generalmente fluctúa entre cero y uno, [...]. Si se aproxima más al número cero, mayor error habrá en la medición (p. 207)

Tabla 2. *Coefficiente de Alfa de Cronbach*

Coefficiente	Relación
0.00 a +/- 0.20	Muy Baja
-0.2 a 0.40	Baja o ligera
0.40 a 0.60	Moderada
0.60 a 0.80	Marcada
0.80 a 1.00	Muy Alta

Para la confiabilidad del instrumento se ejecutó mediante Alfa de Cronbach, ingresando la información recolectada al estadístico **SPSS 24**, realizada a la muestra, que pertenece a 37 clientes de la empresa TRANSGLOBAL CUSTOMS LOGISTIC S.A.C.

Tabla 3. *Estadístico de fiabilidad de la variable independiente: Mejora continua*

VARIABLE INDEPENDIENTE: MEJORA CONTINUA

Resumen de procesamiento de casos

	N	%
Válido	37	100,0
Casos Excluido^a	0	,0
Total	37	100,0

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,929	8

La estadística de fiabilidad para la variable “X” independiente, muestra que la prueba es confiable dado que se obtuvo un 0.929 de valor; por lo tanto, el grado de fiabilidad del instrumento y de los ítems se considera muy alto.

Tabla 4. *Estadístico de fiabilidad de la variable dependiente: Calidad de Servicio*

VARIABLE DEPENDIENTE Y: CALIDAD DEL SERVICIO

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	37	100,0
	Excluido^a	0	,0
	Total	37	100,0

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,935	9

El programa estadístico de fiabilidad para la variable “Y” dependiente, muestra que la prueba es confiable porque se obtuvo un 0.935 de valor; por lo tanto, el grado de fiabilidad del instrumento y de los ítems en general se considera muy alto.

Tabla 5. Estadístico de fiabilidad de la variable independiente y dependiente: Mejora continua y Calidad de Servicio

MEJORA CONTINUA Y CALIDAD DEL SERVICIO

Resumen de procesamiento de casos

	N	%
Válido	37	100,0
Casos Excluido^a	0	,0
Total	37	100,0

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,836	17

El programa estadístico de fiabilidad para la variable independiente y la variable dependiente, muestran que la prueba es confiable porque dio un 0.954 de valor; Por lo tanto, el grado de fiabilidad del instrumento y de los ítems en general se considera muy alto.

2.5 Métodos de análisis de datos

En la presente pesquisa se utilizó el estadístico SPSS 24. Así mismo para la comprobación del instrumento se recurrió al juicio de expertos, se realizó la medición de la confiabilidad mediante el Alfa de Cronbach.

Aspectos éticos

En la presente investigación se tomaron en cuenta los siguientes aspectos éticos:

- Los datos obtenidos a través del instrumento pertenecen al grupo objeto de estudio.
- Se conservó el anonimato de las personas que respondieron a la encuesta, bajo un criterio de privacidad.
- La información brindada por los clientes fue utilizada para fines académicos
- Las fuentes secundarias consultadas se encuentran correctamente citadas de acuerdo con los lineamientos establecidos en el Manual APA (2018)

III. RESULTADOS

3.1. Análisis descriptivo por variable y dimensión

Tabla 6 Análisis descriptivo de la variable independiente: Mejora Continua

		MEJORA_CONTINUA (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	2,7	2,7	2,7
	Muy de acuerdo	36	97,3	97,3	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

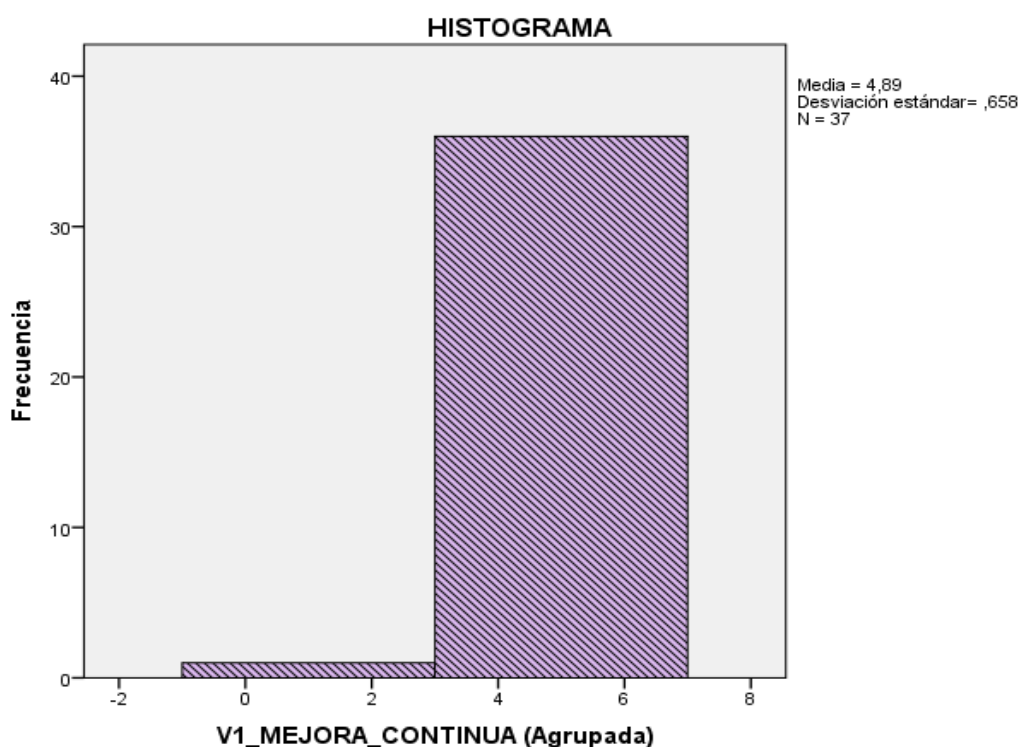


Figura 1. Nivel de la variable: Mejora Continua

Interpretación:

Respecto a los resultados porcentuales obtenidos en la tabla 6 y figura 1, podemos observar un 97,3% de la población, los cuales son los clientes de la agencia TRANSGLOBAL CUSTOMS LOGISTIC S.A.C., indicaron estar Muy de acuerdo, así mismo observamos que el 2,7% expresaron que están totalmente en desacuerdo con respecto a la variable mejora continua.

Tabla 7. Análisis descriptivo de la dimensión 1: Planificar

		PLANIFICAR (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	2,7	2,7	2,7
	De acuerdo	13	35,1	35,1	37,8
	Muy de acuerdo	23	62,2	62,2	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

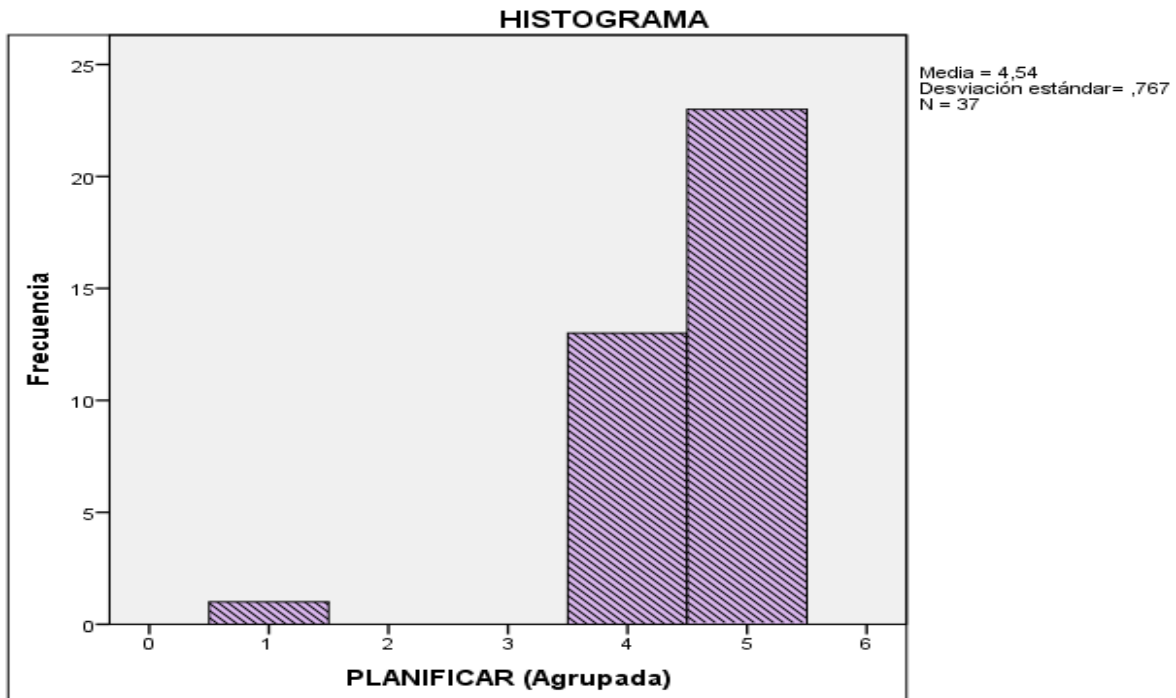


Figura 2. Nivel de la dimensión Planificar

Interpretación:

Respecto a los resultados porcentuales obtenidos en la tabla 7 y figura 2, podemos observar que el 62,2% de la población, los cuales son los clientes de la agencia TRANSGLOBAL CUSTOMS LOGISTIC S.A.C., indicaron estar Muy de acuerdo, el 35,1% indicó que están de acuerdo, así mismo observamos que el 2,7% expresó que están totalmente en desacuerdo con respecto a la dimensión planificar.

Tabla 8. Análisis descriptivo de la dimensión 2: Hacer

		HACER (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	2,7	2,7	2,7
	De acuerdo	2	5,4	5,4	8,1
	Muy de acuerdo	34	91,9	91,9	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

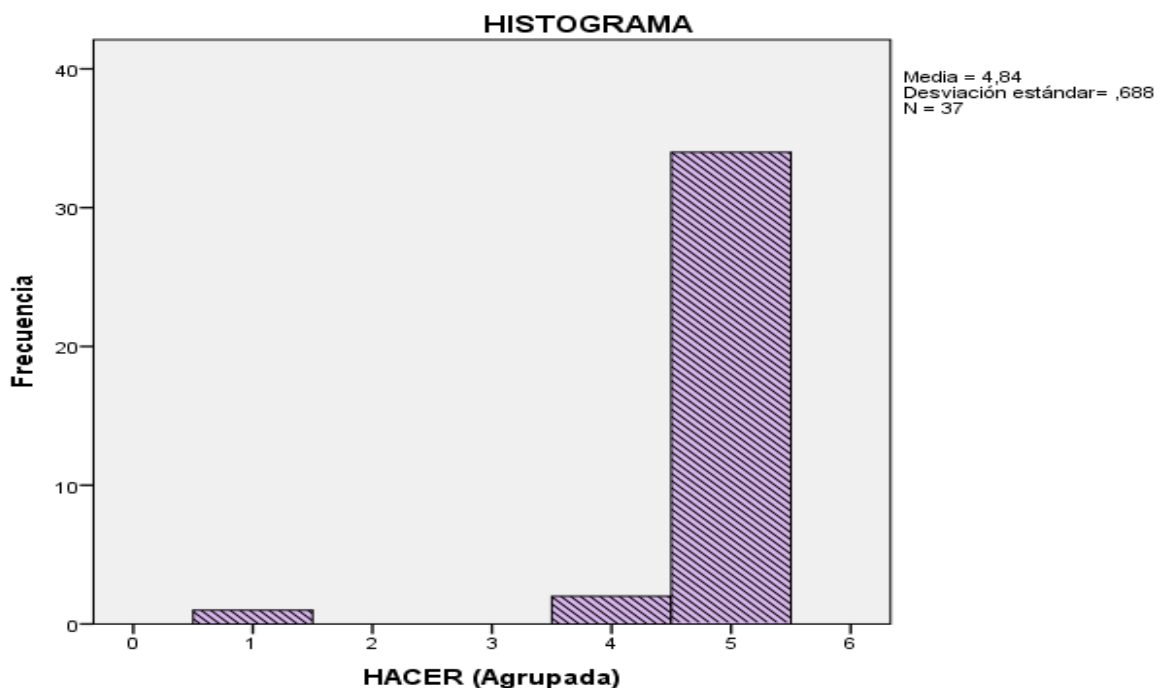


Figura 3. Nivel de la dimensión Hacer

Interpretación:

Respecto a los resultados porcentuales obtenidos en la tabla 8 y figura 3, podemos observar que el 91,9% de la población, los cuales son los clientes de la agencia TRANSGLOBAL CUSTOMS LOGISTIC S.A.C., indicaron estar Muy de acuerdo, el 5,4% expresaron que están de acuerdo, así mismo observamos que el 2,7% indicó que están totalmente en desacuerdo con respecto a dimensión Hacer.

Tabla 9. Análisis descriptivo de la dimensión 3: Verificar

		VERIFICAR (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	2,7	2,7	2,7
	De acuerdo	1	2,7	2,7	5,4
	Muy de acuerdo	35	94,6	94,6	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

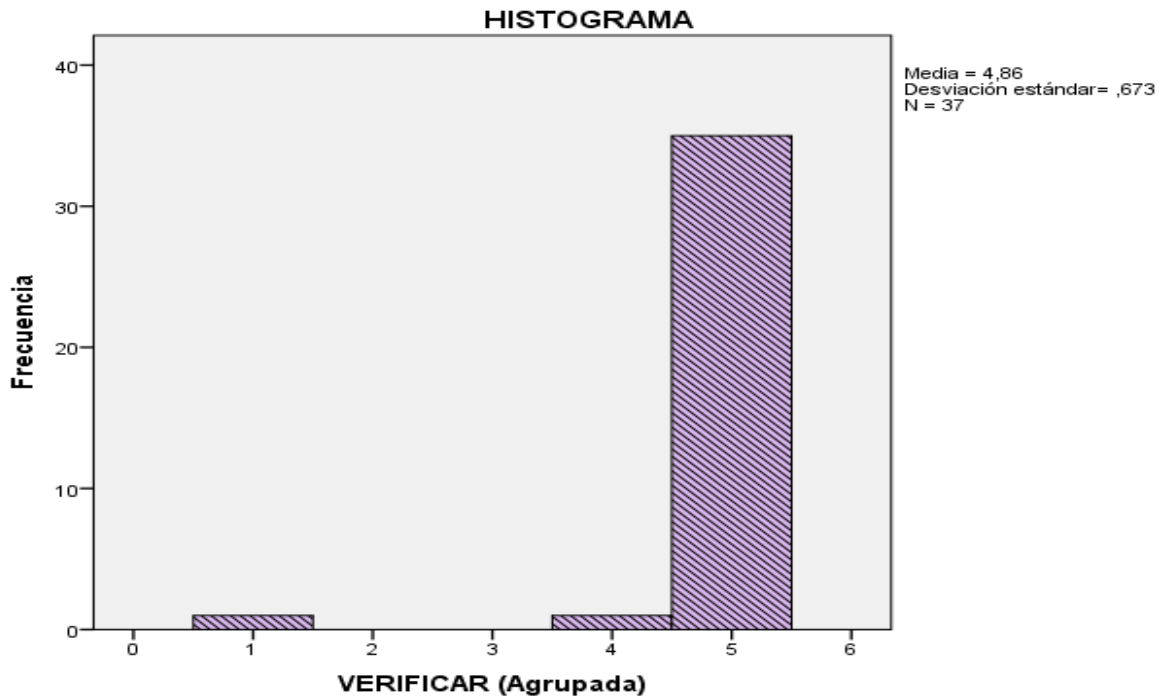


Figura 4. Nivel de la dimension Verificar

Interpretación:

Respecto a los resultados porcentuales obtenidos en la tabla 9 y figura 4, podemos observar que el 94,6% de la población, los cuales son los clientes de la agencia TRANSGLOBAL CUSTOMS LOGISTIC S.A.C., indicaron estar Muy de acuerdo, el 2,7% indicó que están de acuerdo, el 2,7% así mismo observamos que el 2,7% expresó que están totalmente en desacuerdo con respecto a la variable mejora continua.

Tabla 10. Análisis descriptivo de la dimensión 4: Actuar

		ACTUAR (Agrupada)		Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
		Frecuencia	Porcentaje		
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	2,7	2,7	2,7
	De acuerdo	8	21,6	21,6	24,3
	Muy de acuerdo	28	75,7	75,7	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

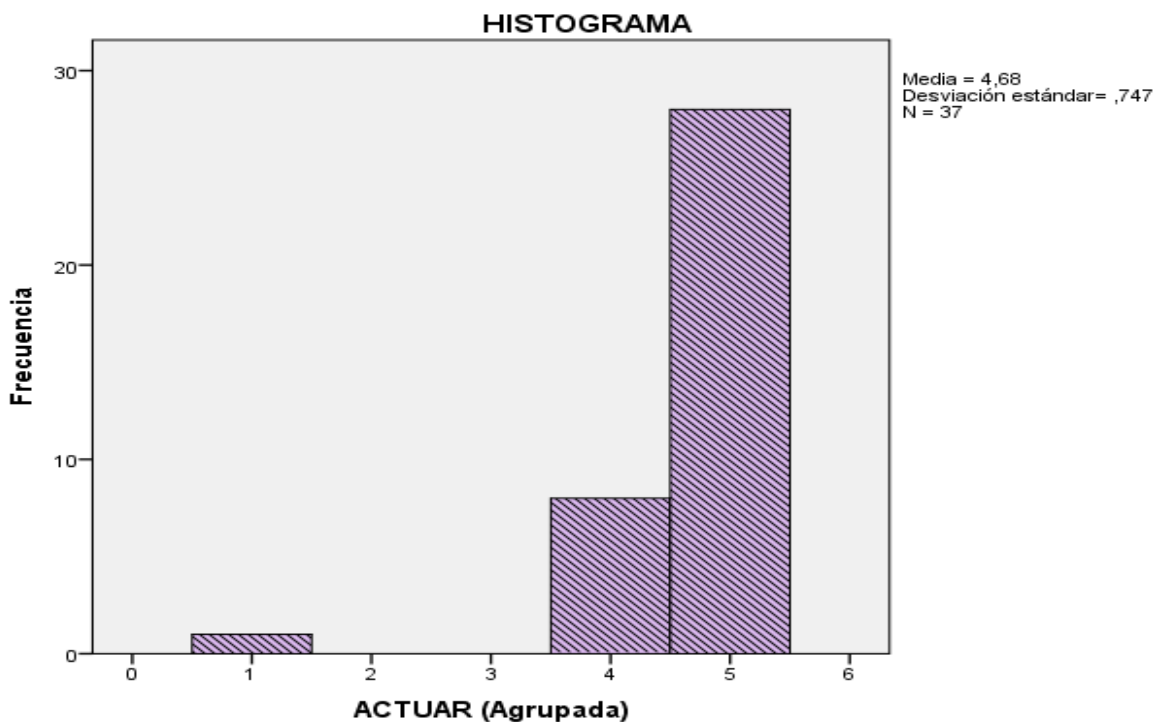


Figura 5. Nivel de la dimension Actuar

Interpretación:

Respecto a los resultados porcentuales obtenidos en la tabla 10 y figura 5, podemos observar que el 75,7% de la población, los cuales son los clientes de la agencia TRANSGLOBAL CUSTOMS LOGISTIC S.A.C., indicaron estar Muy de acuerdo, el 18,9% indicó que están de acuerdo, el 21,6% está de acuerdo, así mismo observamos que el 2,7% expresó que están totalmente en desacuerdo con respecto a la dimensión Actuar.

Tabla 11. Análisis descriptivo de la variable dependiente: Calidad de Servicio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	2,7	2,7	2,7
	Indeciso	1	2,7	2,7	5,4
	De acuerdo	13	35,1	35,1	40,5
	Muy de acuerdo	22	59,5	59,5	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

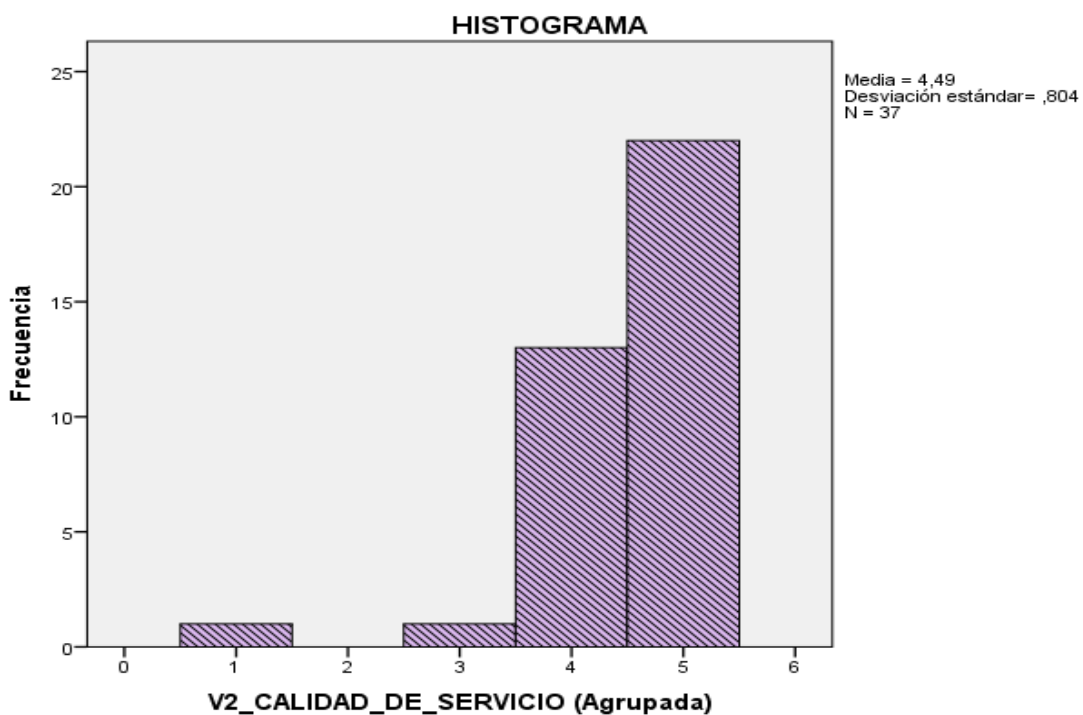


Figura 6. Nivel de la variable Calidad de Servicio

Interpretación:

Respecto a los resultados porcentuales obtenidos en la tabla 11 y figura 6, podemos observar que el 59.5% de la población, los cuales son los clientes de la agencia TRANSGLOBAL CUSTOMS LOGISTIC S.A.C., indicaron estar Muy de acuerdo, el 35.1% indicó que están de acuerdo, el 2,7 está indeciso, así mismo observamos que el 2,7% expresó que están totalmente en desacuerdo con respecto a la variable Calidad de Servicio.

Tabla 12. Análisis descriptivo de la dimensión 1: Seguridad

		SEGURIDAD (Agrupada)		Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
		Frecuencia	Porcentaje		
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	5,4	5,4	5,4
	En desacuerdo	1	2,7	2,7	8,1
	Indeciso	8	21,6	21,6	29,7
	De acuerdo	10	27,0	27,0	56,8
	Muy de acuerdo	16	43,2	43,2	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

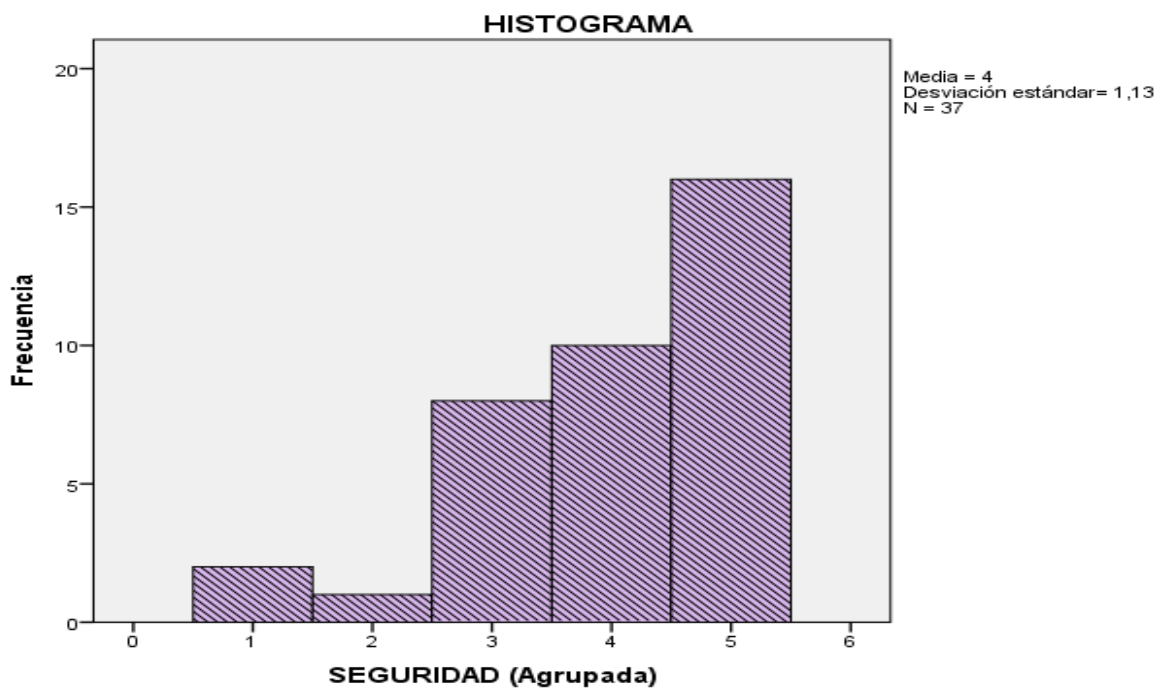


Figura 7. Nivel de la dimensión Seguridad

Interpretación:

Respecto a los resultados porcentuales obtenidos en la tabla 12 y figura 7, podemos observar que el 43.2% de la población, los cuales son los clientes de la agencia TRANSGLOBAL CUSTOMS LOGISTIC S.A.C., indicaron estar Muy de acuerdo, el 27% indicó que están de acuerdo, el 21.6% está indeciso, el 2.7% está en desacuerdo, así mismo observamos que el 5.4% expresó que están totalmente en desacuerdo con respecto a la dimensión Seguridad.

Tabla 13. Análisis descriptivo de la dimensión: Empatía

		EMPATIA (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido:	Totalmente en desacuerdo	1	2,7	2,7	2,7
	Indeciso	1	2,7	2,7	5,4
	De acuerdo	13	35,1	35,1	40,5
	Muy de acuerdo	22	59,5	59,5	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

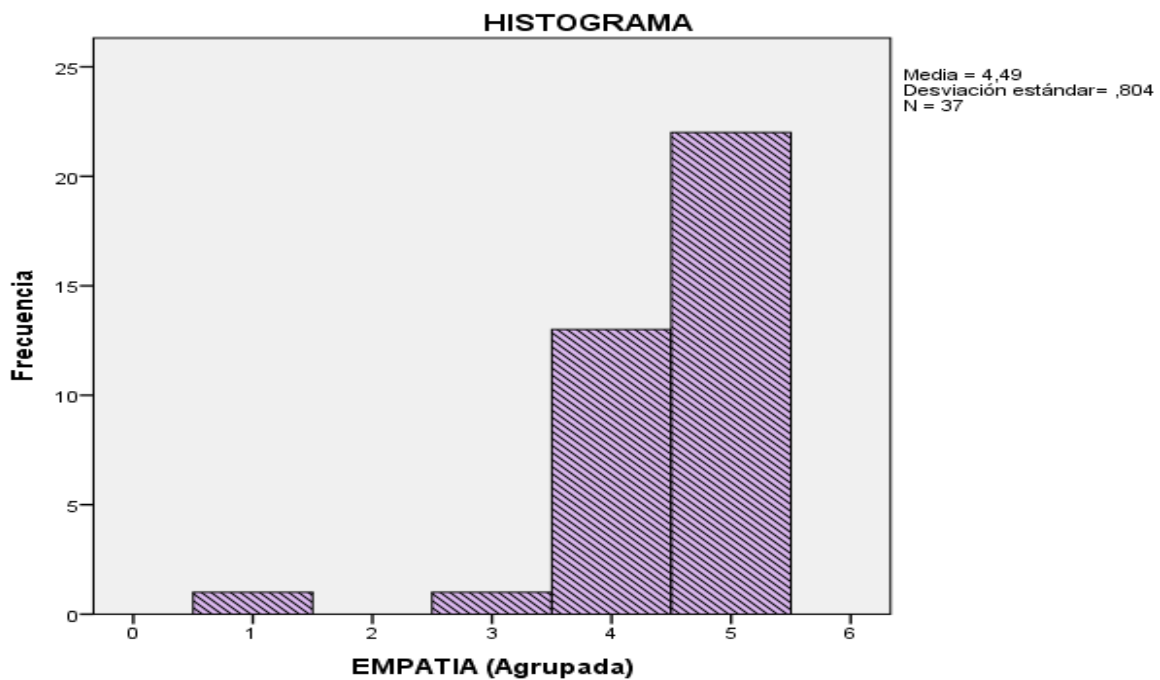


Figura 8. Nivel de la dimension Empatía

Interpretación:

Respecto a los resultados porcentuales obtenidos en la tabla 13 y figura 8, podemos observar que el 59.5% de la población, los cuales son los clientes de la agencia TRANSGLOBAL CUSTOMS LOGISTIC S.A.C., indicaron estar Muy de acuerdo, el 35.1% indicó que están de acuerdo, el 2.7% está indeciso, así mismo observamos que el 2.7% expresó que están totalmente en desacuerdo con respecto a la dimensión Empatía.

Tabla 14. Análisis descriptivo de la dimensión: *Fiabilidad*

		FIABILIDAD (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	2,7	2,7	2,7
	Indeciso	1	2,7	2,7	5,4
	De acuerdo	13	35,1	35,1	40,5
	Muy de acuerdo	22	59,5	59,5	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

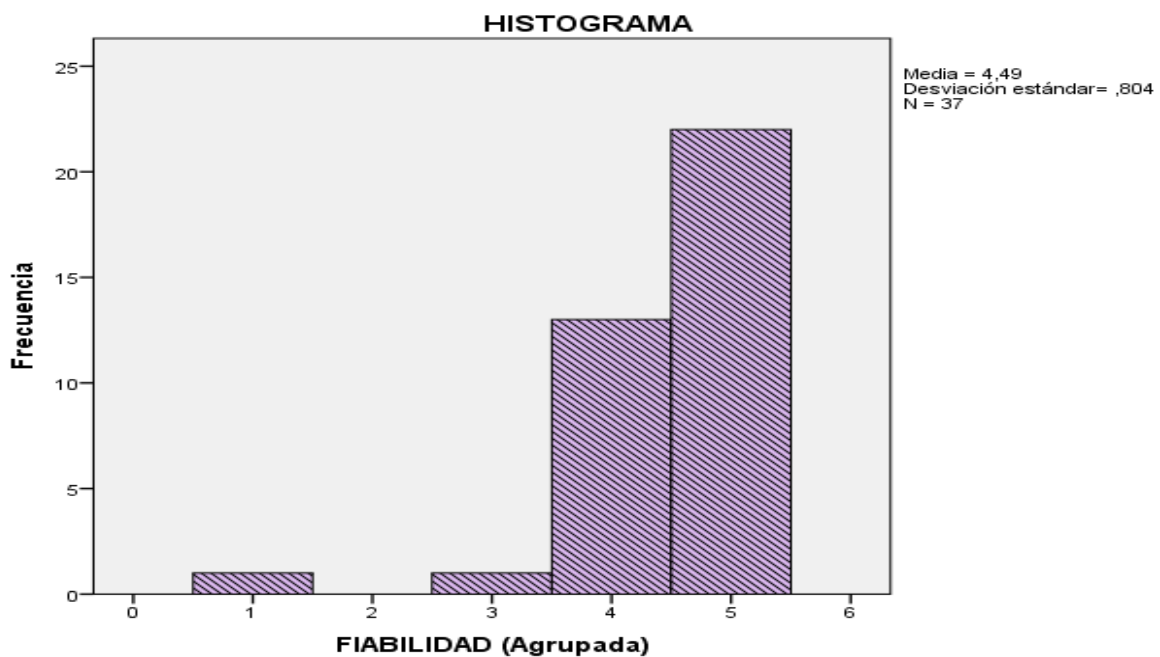


Figura 9. Nivel de la dimensión *Fiabilidad*

Interpretación:

Respecto a los resultados porcentuales obtenidos en la tabla 14 y figura 9, podemos observar que el 59.5% de la población, los cuales son los clientes de la agencia TRANSGLOBAL CUSTOMS LOGISTIC S.A.C., indicaron estar Muy de acuerdo, el 35.1% indicó que están de acuerdo, el 2.7% está indeciso, así mismo observamos que el 2.7% expresó que están totalmente en desacuerdo con respecto a la dimensión *Fiabilidad*.

Comprobación de hipótesis

Para la comprobación de hipótesis en esta pesquisa se tuvo analizar la regresión lineal, utilizando la estadística inferencial de Pearson, el extracto del modelo, también la prueba de Anova y la tabla de coeficientes.

Para esto, Hernández et al. (2014, p.307), define regresión lineal como el procedimiento de estadística que calcula el nivel en el que influye una variable frente a otra y se comprueba mediante estadístico r de Pearson.

Los autores mencionan que el coeficiente de correlación de Pearson (r^2) confronta la posibilidad de una relación entre dos o más variables, en el que hay una correspondencia proporcionalmente directa, considerando que si la correlación tiene un índice alto, la variable independiente tiene mayor posibilidad sobre la dependiente (Hernández et al., 2014, p. 304).

Por tanto, Bernal (2016), menciona que el coeficiente que determina es el cuadrado del coeficiente de correlación, expresando el nivel en que varían las variables (p. 219).

Por lo que respecta a la prueba de Anova, Mouhamadou, T (2014) menciona que consiste en examinar cómo se relacionan las variables, así mismo, se aceptara la hipótesis de investigación si el porcentaje es menor a 0.05 y se rechazará la hipótesis nula (p. 103).

Respecto a la regresión lineal Aggarwal R & Ranganathan P (2017) mencionan que los no estandarizados y coeficientes estandarizados plasmados en la tabla muestran la notabilidad de cada predictor dentro de la ecuación de regresión. (p. 102).

Tabla 15. *Coefficiente de correlación de variables de Pearson*

Puntuación	Denominación del grado
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta (a mayor X menor Y)
-0.76 a -0.90	Correlacion negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.26 a -0.50	Correlacion negativa media
-0.11 a -0.25	Correlacion negativa debil
-0.01 a -0.10	Correlacion negativa muy debil
0.00	No existe correlación alguna entre las variables
+0.01 a +0.10	Correlacion positiva muy debil
+0.11 a +0.25	Correlacion positiva debil
+0.26 a +0.50	Correlacion positiva media
+0.51 a +0.75	Correlacion positiva considerable
+0.76 a + 0.90	Correlacion positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlacion positiva perfecta (A mayor X mayor Y)

Nota:

Hernández et al. (2014, p. 305). *Metodología de la investigación científica*.

Prueba de influencia

3.1.1. Hipótesis general

HI: La mejora continua influye en la calidad del servicio en la agencia de aduana Transglobal Customs Logistic S.A.C.

H0: La mejora continua no influye en la calidad del servicio en la agencia de aduana Transglobal Customs Logistic S.A.C.

Considerando:

Sig < 0.05, se debe aceptar la hipótesis de investigación, rechazando la nula.

Sig > 0.05, se debe aceptar la hipótesis nula, rechazando la de investigación.

Tabla 16. *Correlación de variables- hipótesis general*

		V_MEJORA_CO NTINUA (Agrupada)	V_CALIDAD_DE _SERVICIO (Agrupada)
V_MEJORA_CONTINUA (Agrupada)	Correlación de Pearson	1	,733**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	37	37
V_CALIDAD_DE_SERVICIO (Agrupada)	Correlación de Pearson	,733**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	37	37

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación:

En la tabla 16, visualizamos que el índice de semejanza para la mejora continua y la calidad de servicio alcanzó un 0,733, por tanto, al considerar el barómetro de Hernández et al. (2014, p. 305), se manifiesta a modo de correlación positiva considerable.

Tabla 17. *Resumen del modelo según la variable “Mejora Continua” y la variable “Calidad de Servicio”*

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,733 ^a	,538	,524	,554

a. Predictores: (Constante), V_MEJORA_CONTINUA (Agrupada)

Interpretación:

Referente a la tabla 17, visualizamos que *R* obtuvo un 0.733 como valor, lo que indica según lo definido por Bernal (2016.p.219) que es una relación directa, por lo que, se deduce que un 73.3% de la mejora continua aumenta la calidad del servicio de la agencia de aduana. Así mismo, el coeficiente de determinación fue de $R^2 = 0.538$, es así como se establece que un 53.8% de la Calidad de servicio en la agencia de Aduana TRANSGLOBAL CUSTOMS LOGISTIC S.A.C deriva de la mejora continua.

Tabla 18. Prueba de ANOVA según la variable “Mejora Continua” y la variable “Calidad de Servicio”

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	12,493	1	12,493	40,676	,000 ^b
	Residuo	10,750	35	,307		
	Total	23,243	36			

a. Variable dependiente: V_CALIDAD_DE_SERVICIO (Agrupada)

b. Predictores: (Constante), V_MEJORA_CONTINUA (Agrupada)

Interpretación:

En la tabla 18, visualizamos que la estadística para ANOVA, muestra un nivel de significancia de 0.000, como es menor a 0.05, se debe aceptar la hipótesis de investigación, rechazando la nula. Por lo tanto, deducimos que hay una relación lineal de la mejora continua y la calidad de servicio en la agencia de aduana TRANSGLOBAL CUSTOMS LOGISTICS S.A.C.

Tabla 19. Tabla de coeficientes la variable Mejora Continua” y la variable “Calidad de Servicio”

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Error estándar	Beta		
1	(Constante)	,104	,693		,150	,881
	V_MEJORA_CONTINUA (Agrupada)	,896	,140	,733	6,378	,000

a. Variable dependiente: V_CALIDAD_DE_SERVICIO (Agrupada)

Interpretación:

La tabla 19 de coeficientes, como mencionan Aggarwal R, & Ranganathan, P. (2017, p. 102); especifica un nivel crítico (Sig.) del estadístico t del coeficiente de regresión (T=6,378: 0.000 < 0.05), Afirmando la hipótesis de investigación y se muestra a través de las cifras no estandarizados que el porcentaje de influencia de la mejora continua en la fiabilidad de la agencia de aduana es del 89.6%.

Hipótesis específica 1

HI: La mejora continua influye en la seguridad del servicio en la agencia de aduana Transglobal Customs Logistic S.A.C.

H0: La mejora continua no influye en la seguridad del servicio en la agencia de aduana Transglobal Customs Logistic S.A.C.

Considerando:

Sig < 0.05, se debe aceptar la hipótesis de investigación, rechazando la nula.

Sig > 0.05, se debe aceptar la hipótesis nula, rechazando la de investigación.

Tabla 20. *Correlación de variables- hipótesis específica 1*

		Correlaciones	
		V_MEJORA_CO NTINUA (Agrupada)	CS_D1_SEGUR IDAD (Agrupada)
V_MEJORA_CONTINUA (Agrupada)	Correlación de Pearson	1	,780**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	37	37
CS_D1_SEGURIDAD (Agrupada)	Correlación de Pearson	,780**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	37	37

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación:

La tabla 20 visualizamos que el índice de semejanza para la mejora continua y la seguridad alcanzó un 0,780, por tanto, al considerar el barómetro de Hernández et al. (2014, p. 305), se manifiesta a modo de correlación positiva muy fuerte.

Tabla 21. Resumen del modelo según la variable “Mejora Continua” y la dimensión “Seguridad”

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,780 ^a	,608	,597	,487

a. Predictores: (Constante), V_MEJORA_CONTINUA (Agrupada)

Interpretación:

Referente a la tabla 21, visualizamos que *R* obtuvo un 0.780 como valor, lo que indica según lo definido por Bernal (2016.p.219) que es una relación directa, por lo que, se deduce que un 78.0% de la mejora continua aumenta la Seguridad de la agencia de aduana. Así mismo, el coeficiente de determinación fue de $R^2 = 0.608$, es así como se establece que un 60.8% de la Calidad de servicio en la agencia de Aduana TRANSGLOBAL CUSTOMS LOGISTICS S.A.C deriva de la mejora continua.

Tabla 22. Prueba de ANOVA según la variable “Mejora Continua” y la dimensión “seguridad”

ANOVA ^a						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	12,884	1	12,884	54,292	,000 ^b
	Residuo	8,306	35	,237		
	Total	21,189	36			

a. Variable dependiente: CS_D1_SEGURIDAD (Agrupada)

Interpretación:

En la tabla 22, visualizamos que la estadística para ANOVA, muestra un nivel de significancia de 0.000, como es menor a 0.05, se debe aceptar la hipótesis de investigación, rechazando la nula. Por lo tanto, deducimos que hay una relación lineal de la mejora continua y la seguridad de la agencia de aduana TRANSGLOBAL CUSTOMS LOGISTICS S.A.C.

Tabla 23. *Tabla de coeficientes según la variable “Importación” y la dimensión “Estrategia empresarial”*

Modelo		Coeficientes ^a				
		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
B	Error estándar	Beta				
1	(Constante)	,090	,609		,148	,883
	V_MEJORA_CONTINUA (Agrupada)	,910	,123	,780	7,368	,000

Interpretación:

La tabla 23 de coeficientes, como mencionan Aggarwal R, & Ranganathan, P. (2017, p. 102); especifica un nivel crítico (Sig.) del estadístico t del coeficiente de regresión (T=7, 368: $0.000 < 0.05$), Afirmando la hipótesis de investigación y se muestra a través de las cifras no estandarizados que el porcentaje de influencia de la mejora continua en la fiabilidad de la agencia de aduana es del 91.00%.

Hipótesis específica 2

HI: La mejora continua influye en la empatía del servicio en la agencia de aduana Transglobal Customs Logistic S.A

H0: La mejora continua no influye en la empatía del servicio en la agencia de aduana Transglobal Customs Logistic S.A

Considerando:

Sig < 0.05, se debe aceptar la hipótesis de investigación, rechazando la nula.

Sig > 0.05, se debe aceptar la hipótesis nula, rechazando la de investigación.

Tabla 24. *Correlación de variables- hipótesis específica 2*

		Correlaciones	
		V_MEJORA_CO NTINUA (Agrupada)	CS_D2_EMPATI A (Agrupada)
V_MEJORA_CONTINUA (Agrupada)	Correlación de Pearson	1	,728**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	37	37
CS_D2_EMPATIA (Agrupada)	Correlación de Pearson	,728**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	37	37

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación:

La tabla 24 visualizamos que el índice de semejanza para la mejora continua y la seguridad alcanzó un de 0,728, por tanto, al considerar el barómetro de Hernández et al. (2014, p. 305), se manifiesta a modo de correlación positiva considerable.

Tabla 25. Resumen del modelo según la variable “Mejora Continua” y la dimensión “Empatía”

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,728 ^a	,530	,517	,558

a. Predictores: (Constante), MEJORA_CONTINUA (Agrupada)

Interpretación:

Referente a la tabla 25, visualizamos que *R* obtuvo un 0.728 como valor, lo que indica según lo definido por Bernal (2016.p.219) que es una relación directa, por lo que, se deduce que un 72.8% de la mejora continua aumenta la empatía de la agencia de aduana. Así mismo, el coeficiente de determinación fue de $R^2 = 0.530$, es así como se establece que un 53.0% de la Empatía en la agencia de Aduana TRANSGLOBAL CUSTOMS LOGISTIC S.A.C deriva de la mejora continua.

Tabla 26. Prueba de ANOVA según la variable “Mejora Continua” y la dimensión “Empatía”

ANOVA ^a						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	12,300	1	12,300	39,537	,000 ^b
	Residuo	10,889	35	,311		
	Total	23,189	36			

a. Variable dependiente: CS_D2_EMPATIA (Agrupada)

b. Predictores: (Constante), V_MEJORA_CONTINUA (Agrupada)

Interpretación:

En la tabla 26, visualizamos que la estadística para ANOVA, muestra un nivel de significancia de 0.000, como es menor a 0.05, se debe aceptar la hipótesis de investigación, rechazando la nula. Por lo tanto, deducimos que hay una relación lineal de la mejora continua y la empatía de la agencia de aduana TRANSGLOBAL CUSTOMS LOGISTIC S.A.C.

Tabla 27. *Tabla de coeficientes según la variable “Mejora Continua” y la dimensión “Empatía”*

		Coeficientes ^a				
Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Error estándar	Beta		
1	(Constante)	,111	,698		,159	,874
	V_MEJORA_CONTINUA (Agrupada)	,889	,141	,728	6,288	,000

Interpretación:

La tabla 28 de coeficientes, como mencionan Aggarwal R, & Ranganathan, P. (2017, p. 102); especifica un nivel crítico (Sig.) del estadístico t del coeficiente de regresión (T=6,288: 0.000 < 0.05), Afirmando la hipótesis de investigación y se muestra a través de las cifras no estandarizados que el porcentaje de influencia de la mejora continua en la fiabilidad de la agencia de aduana es del 88.9%.

Hipótesis específica 3

HI: La mejora continua influye con la fiabilidad del servicio en la agencia de aduana Transglobal Customs Logistic S.A.C.

H0: La mejora continua no influye con la fiabilidad del servicio en la agencia de aduana Transglobal Customs Logistic S.A.C.

Considerando:

Sig < 0.05, se debe aceptar la hipótesis de investigación, rechazando la nula.

Sig > 0.05, se debe aceptar la hipótesis nula, rechazando la de investigación.

Tabla 28. *Correlación de variables- hipótesis específica 3*

		Correlaciones	
		MEJORA_CON TINUA (Agrupada)	FIABILIDAD (Agrupada)
V_MEJORA_CONTINUA (Agrupada)	Correlación de Pearson	1	,733**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	37	37
CS_D3_FIABILIDAD (Agrupada)	Correlación de Pearson	,733**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	37	37

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación:

La tabla 28 visualizamos que el índice de semejanza para la mejora continua y la seguridad alcanzó un 0,733, por tanto, al considerar el barómetro de Hernández et al. (2014, p. 305), se manifiesta a modo de correlación positiva considerable.

Tabla 29. Resumen del modelo según la variable “Mejora Continua” y la dimensión “Fiabilidad”

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,733 ^a	,538	,524	,554

a. Predictores: (Constante), V_MEJORA_CONTINUA (Agrupada)

Interpretación:

Referente a la tabla 29, visualizamos que *R* obtuvo un 0.733 como valor, lo que indica según lo definido por Bernal (2016.p.219) que es una relación directa, por lo que, se deduce que un 73.3% de la mejora continua aumenta la empatía de la agencia de aduana. Así mismo, el coeficiente de determinación fue de $R^2 = 0.538$, es así como se establece que un 53.8% de la Fiabilidad en la agencia de Aduana TRANSGLOBAL CUSTOMS LOGISTIC S.A.C deriva de la mejora continua.

Tabla 30. Prueba de ANOVA según la variable “Mejora Continua” y la dimensión “Fiabilidad”

ANOVA ^a						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	12,493	1	12,493	40,676	,000 ^b
	Residuo	10,750	35	,307		
	Total	23,243	36			

a. Variable dependiente: CS_D3_FIABILIDAD (Agrupada)

b. Predictores: (Constante), V_MEJORA_CONTINUA (Agrupada)

Interpretación:

En la tabla 30, visualizamos que la estadística para ANOVA, muestra un nivel de significancia de 0.000, como es menor a 0.05, se debe aceptar la hipótesis de investigación, rechazando la nula. Por lo tanto, deducimos que hay una relación lineal de la mejora continua y la fiabilidad de la agencia de aduana TRANSGLOBAL CUSTOMS LOGISTIC S.A.C.

Tabla 31. *Tabla de coeficientes según la variable “Mejora Continua” y la dimensión “Fiabilidad”*

Modelo		Coeficientes ^a				Sig.
		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	
		B	Error estándar	Beta		
1	(Constante)	,104	,693		,150	,881
	V_MEJORA_CONTINUA (Agrupada)	,896	,140	,733	6,378	,000

Interpretación:

La tabla 31 de coeficientes, como mencionan Aggarwal R, & Ranganathan, P. (2017, p. 102); especifica un nivel crítico (Sig.) del estadístico t del coeficiente de regresión ($T=6,378: 0.000 < 0.05$), Afirmando la hipótesis de investigación y se muestra a través de las cifras no estandarizados que el porcentaje de influencia de la mejora continua en la fiabilidad de la agencia de aduana es del 89.6%.

IV. DISCUSIÓN

Respecto a los antecedentes descubiertos en esta pesquisa, se presenta lo siguiente:

Discusión – hipótesis general

Para comprobar la hipótesis general, se concluyó que la mejora continua influye en la calidad del servicio en la agencia de aduana Transglobal Customs Logistic S.A.C., como se muestra en la estadística con un índice logrado de correlación Pearson = 0.733, que se demuestra como correlación positiva aceptable acorde con Hernández et al. (2014, p. 305) y una significancia bilateral de 0.000 (<0.05) es así como se debe aceptar la hipótesis investigada, y rechazar la nula. Así también se ha demostrado que la Mejora Continua influye con un 89.6% en la Calidad de Servicio de la Agencia de Aduana.

En relación con lo planteado por Molina, A (2018) en su tesis titulada “Calidad del servicio y su incremento en la satisfacción del cliente de la empresa de transporte Molina, Puente Piedra – 2018”, quien logró un resultado de rho de Spearman de 0.614 y una significancia de 0.000 (<0.05). Con el cual compararemos el porcentaje logrado en esta pesquisa que alcanzó una correlación de Pearson de 0.733 con una significancia de 0.000 por tanto al compararlos, podemos afirmar que existe coherencia entre una y otra investigación.

Así mismo, podemos observar que existe relación con la teoría de Mubbsher, K; Fasih, M (2014) quienes indican que la calidad de servicio es la interacción constante entre los clientes y el servicio que brinda la organización que se relaciona con una medida superior para resolver los problemas de los clientes (pág.332).

Discusión – hipótesis específica 1

Referente a la hipótesis específica 1, se concluye que la mejora continua influye en la seguridad del servicio en la agencia de aduana Transglobal Customs Logistic S.A.C como se muestra en la estadística con un índice logrado de correlación Pearson = 0.780, que se interpreta como correlación positiva muy fuerte y una significancia de 0.000 (<0.05), es así como se debe aceptar la hipótesis investigada, y rechazar la hipótesis nula. Así también se demuestra que la mejora continua influye en un 91% en la seguridad del servicio en la agencia de aduana.

En relación con lo planteado por Liza, C & Siancas, C (2016) “Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en una Entidad Bancaria de Trujillo.” (Tesis de grado) Un estudio realizado en la Universidad Privada del Norte, Trujillo – Perú, quien logró un resultado de rho Spearman un 0.834 y una significancia de 0.000 (<0.05) Con el cual compararemos el porcentaje logrado en esta pesquisa que alcanzó una correlación de Pearson de 0.780 con una significancia de 0.000 por tanto al compararlos, podemos aseverar que existe coherencia entre una y otra investigación.

Así mismo, podemos observar que existe relación con la teoría de Niveen M. (2015) es aquello que siente el cliente cuando pone a disposición de la empresa sus problemas con la confianza de que estos sean resueltos en menor tiempo posible obteniendo la satisfacción de haber tomado una buena decisión. (p.57)

Discusión – hipótesis específica 2

Para comprobar la hipótesis específica 2, se concluyó que la mejora continua influye en la empatía del servicio en la agencia de aduana Transglobal Customs Logistic S.A.C como se muestra en la estadística con un índice logrado de correlación de Pearson 0.728, que se demuestra como correlación positiva considerable de acuerdo con Hernández et al. (2014, p. 305) y un nivel de significancia bilateral de 0.000 (<0.05) es así como se debe aceptar la hipótesis investigada, y rechazar la hipótesis nula. Así también se demuestra que la Mejora Continua influye con un 89.9% en la empatía del servicio en la agencia de aduana.

En relación con lo planteado por Liza, C & Siancas, C (2016) “Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en una Entidad Bancaria de Trujillo.” (Tesis de grado) Un estudio realizado en la Universidad Privada del Norte, Trujillo – Perú, quien logró un resultado de rho Spearman un 0.793 y una significancia de 0.000 (<0.05) Con el cual compararemos el porcentaje logrado en esta pesquisa que alcanzó una correlación de Pearson de 0.728 con una significancia de 0.000 por tanto al compararlos, podemos aseverar que existe coherencia entre una y otra investigación.

Así mismo, podemos observar que existe relación con la teoría de Main, A; & Sulieman, A; & Anber, M; & Bahaà, N (2018) que define la empatía como la capacidad de la organización que brinda los servicios para optar por una atención individualizada y personalizada a cada cliente. (p.547). Así mismo Berdugo-Correa, C., & Barbosa-Correa, R., & Prada-Angarita, L. (2016). Definen la empatía como personalización de los servicios y la destreza para ajustarse a las necesidades de los clientes. (p. 220)

Discusión – hipótesis específica 3

Para comprobar la hipótesis específica 3, se concluyó que la mejora continua influye en la Fiabilidad del servicio en la agencia de aduana Transglobal Customs Logistic S.A.C como se muestra en la estadística con un índice logrado de correlación de Pearson de 0.733, que se demuestra como correlación positiva aceptable de acorde con Hernández et al. (2014, p. 305) y una significancia bilateral de 0.000 (<0.05) es así como se debe aceptar la hipótesis investigada, y rechazar la hipótesis nula. Así también se demuestra que la Mejora Continua influye con un 89.6% en la Calidad de Servicio de la Agencia de Aduana.

En relación a la investigación planteada por Theresia, L & Bangun, R (2017) Service quality that improves customer satisfaction in a university: a case study in Institut Teknologi Indonesia quien logró un resultado de rho de Spearman un 0.606 y una significancia de 0.001, Con el cual compararemos el porcentaje logrado en esta pesquisa que alcanzó una correlación de Pearson de 0.733 y un nivel de significancia de 0.000, por tanto al compararlos, podemos aseverar que existe coherencia entre una y otra investigación..

Así mismo, podemos observar que existe relación con la teoría de Reza, E (2015) quien expresa que la fiabilidad es la capacidad de crear y brindar los servicios ofrecidos de manera apropiada, precisa y fiable; haciendo lo que el cliente espera en tiempo oportuno (p.296)

V. CONCLUSIONES

Mediante el estudio realizado a la agencia de Aduana TRANSGLOBAL CUSTOMS LOGISTIC SA.C, basado en los objetivos planteados en líneas anteriores, se concluyó lo siguiente:

- 1) Respecto al objetivo general podemos mencionar que la toma de gestiones dirigidas para mejorar la calidad de servicio han sido de gran importancia con lo que respecta al servicio que brinda la agencia de aduana, puesto que, depende mucho de su mejora continua para satisfacer las necesidades del cliente tanto en el servicio que recibe como la atención en el post servicio.
- 2) Por tanto se concluye, que según la estadística obtenida en la siguiente pesquisa se ha logrado identificar que la agencia de aduana se encuentra brindando un buen respecto a la seguridad, que demuestra ante sus clientes con el manejo de sus operaciones.
- 3) Asimismo, podemos determinar que la agencia de aduana brinda un servicio cada vez más empático con sus clientes el cual está demostrado por su personal que asiste a cada uno de sus clientes, lo que es un punto clave dentro del mercado actual altamente competitivo para la fidelización de los mismos.
- 4) Finalmente, podemos concluir que la agencia de aduana muestra que su servicio es eficaz y se da en un tiempo promedio aceptable por cada operación el cual es realizado en conjunto con el personal que tiene la agencia, cumpliendo así con las expectativas del cliente.

VI. RECOMENDACIONES

Para culminar nuestra pesquisa se sugiere a la agencia en forma de aporte para la mejora del servicio que brinda a sus clientes lo siguiente:

- 1) Es de suma importancia que la agencia de aduana cuente con un monitoreo constante de sus operaciones, incluyendo un cuadro de incidencias que debe mejorar continuamente.
- 2) Se propone que la agencia de aduana cuente con aliados estratégicos reconocidos a fin de dar seguridad a los clientes quienes confían plenamente en el servicio que solicitan.
- 3) Se sugiere que la agencia de aduana brinde capacitaciones de trabajo en equipo y atención al cliente a su personal con el fin de que estos puedan lidiar diariamente con los casos excepcionales que se presentan.
- 4) Se propone que la agencia de aduana realice un servicio de post venta a su cartera de clientes con el fin de conocer sus inquietudes y sugerencias para la mejora del servicio.

REFERENCIAS

- Alarcón, J (2017) Modelo de mejora continua basado en procesos y su impacto en la calidad de los servicios que perciben los clientes de la empresa de servicios ServiFreno de la ciudad de Quito – Ecuador. (Tesis de grado) Universidad Nacional Mayor de San Marcos- Lima.
- Alhkami1, A & Alarussi, A (2016) Service Quality Dimensions and Customer Satisfaction in Telecommunication Companies. *Asian Journal of Business and Management* 4, 118.
- Allcahuamán, M (2015) CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE PACUCHA, ANDAHUAYLAS 2015. (Tesis de Pregrado) Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuylas.
- Aggarwal R, Ranganathan P. (2017) Common pitfalls in statistical analysis: Linear regression analysis. *Perspect Clin Res.* 8:100-102
- Asif, A & Zaheer, A (2014) Service Quality Dimensions of Islamic Banks: A Scale Development Approach. *Revista Global de Gestión e Investigación Empresarial: A Administración y gestión.* 14 (5), 11-14.
- Berdugo-Correa, C., & Barbosa-Correa, R., & Prada-Angarita, L. (2016). Variables relevantes para la medición de la calidad percibida del servicio bancario. *Dyna*, 83 (197), 213-222.
- Bernal, C. (2016). Metodología de la investigación (4ª ed.). Colombia: Pearson
- Brajer, R (2014) Employee engagement in continuous improvement of processes. *Management.* V. 18(2). P. 91.
- DE SOUZA, J & RODRÍGUEZ, J & LEITE, J (2016) FALHA NO CICLO DE DEMING NO MONITORAMENTO DOS PROCESSOS EM UMA INDÚSTRIA DE DISJUNTORES. *Revista SODEBRAS.* 11(121). P.160-165.

- Hernández, H; Barrios, I & Martínez, D (2018). Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. *Criterio Libre*, 16 (28),
- Huarte, D (2015) Mejora de Proceso de Reembolsos de Agencia ProCórdoba SEM (Trabajo de Grado) UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA.
- Kholif, A & Abou, D & Khorshid, M; & Elsherpieny, E; & Olafadehan, O (2018) Implementation of model for improvement (PDCA-cycle) in dairy laboratories. *Journal of Food Safety*. 38: 1-6. <https://doi.org/10.1111/jfs.12451>
- La república (2017) *Solo el 1% de empresas ha obtenido certificación ISO 9001 en el Perú*. Recuperado de: <https://larepublica.pe/sociedad/844756-solo-el-1-de-empresas-ha-obtenido-certificacion-iso-9001-en-el-peru>
- Ledford, G. (2015). Continuous Improvement. In *Wiley Encyclopedia of Management* (eds C. L. Cooper, P. C. Flood and Y. Freaney). <https://doi.org/10.1002/9781118785317.weom110130>
- Liza, C & Siancas, C (2016) “Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en una Entidad Bancaria de Trujillo.” (Tesis de grado) Un estudio realizado en la Universidad Privada del Norte, Trujillo.
- López, F. (2013) El ABC de la Revolución Metodológica. Primera Edición, JHL Editorial Express, C.A. Caracas- República Bolivariana de Venezuela.
- Martínez, M. & Palos, G. & Vargas, G. (2017). Entrenamiento, capacitación y financiamiento con crecimiento sostenido en las pequeñas empresas del sector industrial en San Luis Potosí. *Revista EAN*, .82, pp. 95-122.
- Martínez, A & Cegarra, J. (2014). Gestión por procesos de negocio: organización
- Martínez, M, & Palos, G & Vargas, G (2017) GESTIÓN DE RECURSOS EN LA EMPRESA SOCIAL: UN RETO INELUDIBLE. *Revista de Estudios Empresariales*. Segunda época. 2,7 – 25

- Matsumoto Nishizawa, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *PERSPECTIVAS*, (34), 181-209.
- Main, A; & Sulieman, A; & Anber, M; & Bahaà, N (2018) Banking service quality provided by commercial banks and customer satisfaction. A structural equation modelling approaches. *International Journal of Productivity and Quality Management*. 24(4):543. Recuperado de DOI: 10.1504/IJPQM.2018.10014459
- Moura, P & Sartori, M (2014) A UTILIZAÇÃO PRÁTICA DO PDCA E DAS FERRAMENTAS DA QUALIDADE COMO PROVEDORAS INTRÍNSECAS PARA MELHORIA CONTINUA NOS PROCESSOS PRODUTIVOS EM UMA INDÚSTRIA TÊXTIL. *Revista Organização Sistêmica*. 16(3). P 40-55.
- Molina, A. (2018) “Calidad del servicio y su incremento en la satisfacción del cliente de la empresa de transporte Molina, Puente Piedra – 2018”, (Tesis de Pregrado) Universidad César Vallejo, Lima.
- Mubbsher, K; Fasih, M (2014). Impact of service quality on customer satisfaction and customer loyalty: Evidence from banking sector, *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*. Vol. (8), pp. 331-354.
- M. Ketokivi, T. Choi (2014) Renaissance of case research as a scientific method. *Journal of Operations Management* 32, 232–240.
<https://doi.org/10.1016/j.jom.2014.03.004>
- Mouhamadou Thile Sow (2014) *Journal of International Business and Economics*, Vol. 2(4), December 2014. DOI: 10.15640/jibe.v2n4a6
- Niveen M. (2015) Managing Service Quality: Dimensions of service quality: a study in Egypt. *International Journal of African and Asian Studies*.9, 57.

- Ñañez, S (2017), “Calidad de servicio y su influencia en la satisfacción del cliente de la empresa Cardeluxe S.A.C, distrito San Miguel, año 2017”, (Tesis de grado). Universidad César Vallejo.
- Orlandini, I & Ramos, N (2017) Aplicación del modelo SERVQUAL en la prestación de Servicio de las empresas de transporte aéreo. *Investigación & Negocios*. 10, 145.
- Quispe, O & Maza, W (2018) Calidad de Servicio y satisfacción del cliente en la empresa G&C IMPERIAL CARGO SRL., Cusco, 2017 (tesis de grado) Universidad Peruana Unión.
- Reza, E (2015) An integration of SERVQUAL dimensions and logistics service quality indicators (A case study). *Int. J. Services and Operations Management*, Vol. 21, No. 3, 292.
- Rojas, S. (2015) PROPUESTA DE UN SISTEMA DE MEJORA CONTINUA, EN EL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE PRODUCTOS DE PLÁSTICO DOMÉSTICOS APLICANDO LA METODOLOGÍA PHVA.
- Rojas, M, Londoño, L & Valencia, M (2015) Alerta emprendedora y conocimiento previo para la identificación de oportunidades emprendedoras: el papel moderador de las redes sociales. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa* V.21 (2015) 47–54
- Rojas, A (2015) PROPUESTA DE UN SISTEMA DE MEJORA CONTINUA, EN EL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE PRODUCTOS DE PLÁSTICO DOMÉSTICOS APLICANDO LA METODOLOGÍA PHVA (tesis de grado) Universidad San Martín de Porras.

- Rubio Guerrero, G. (2014). La calidad del servicio al cliente en los grandes supermercados de Ibagué: un análisis desde la escala multidimensional (SERVQUAL). *Cuadernos de Administración*, 30 (52), 54-64.
- Sampieri, R.; Fernández, C y Lucio, P (2014). METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN. México: McGraw Hil.
- Theresia, L & Bangun, R (2017) Service quality that improves customer satisfaction in a university: a case study in Institut Teknologi Indonesia. *Materials Science and Engineering*. 277. Doi:10.1088/1757-899X/277/1/012059.
- Taylor MJ; Nicholas C, Nicolay C, al et. (2014) Systematic review of the application of the plan–do–study–act method to improve quality in healthcare. *BMJ Qual Saf.* 23, 290–298. <http://dx.doi.org/10.1136/bmjqs-2013-001862>
- Torres, M., & Vásquez, C. (2015). Modelos de evaluación de la calidad del servicio: caracterización y análisis. *Compendium*, 18 (35), 57-76.
- Vargas, E (2015) CLIMA ORGANIZACIONAL Y DESEMPEÑO LABORAL EN LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE PACUCHA, ANDAHUAYLAS, (tesis de Pregrado) Universidad Nacional José María Arguedas

ANEXOS

ANEXO 1: FORMATO DE ENCUESTA

ENCUESTA

Estimado(a) colaborador(a):

El presente instrumento tiene como objetivo determinar la influencia de la mejora continua en la calidad del servicio brindado en la agencia de aduana Transglobal Customs Logistic SAC.

Por ello se le solicita responda todos los siguientes enunciados con veracidad.

Agradeciéndole de antemano su colaboración.

INSTRUCCIONES:

- **Marque con una X la respuesta que crea usted sea la correcta.**
- **Por favor escoger solo una opción en cada pregunta.**

DATOS ESPECÍFICOS	
TD	Totalmente en desacuerdo
ED	En desacuerdo
I	Indeciso
D	De acuerdo
MD	Muy de acuerdo

¿Considera usted que el personal de la empresa se encuentra capacitado para manejar sus operaciones aduaneras dentro de la cadena logística?

a) TD b) ED c) I d) D e) MD

¿Está de acuerdo que, ante cualquier inconveniente en el proceso aduanero de los diferentes regímenes, el responsable asuma los extra costos que se puedan generar?

a) TD b) ED c) I d) D e) MD

¿Considera usted que cuando tuvo un problema, el personal demostró interés en solucionarlo?

a) TD b) ED c) I d) D e) MD

¿El personal de la empresa le inspira confianza?

a) TD b) ED c) I d) D e) MD

¿Usted considera que nuestro personal demuestra empatía en sus operaciones?

a) TD b) ED c) I d) D e) MD

¿El despachador asignado le brinda información real de sus operaciones?

a) TD b) ED c) I d) D e) MD

¿Usted percibe que nuestro servicio es confiable?

a) TD b) ED c) I d) D e) MD

¿Cree usted que el servicio brindado se dio en tiempo oportuno?

a) TD b) ED c) I d) D e) MD

¿Está de acuerdo con la sectorista asignada?

a) TD b) ED c) I d) D e) MD

¿Está de acuerdo que las tarifas brindadas son parte de una estrategia en el mercado?

- a) TD b) ED c) I d) D e) MD

¿Está de acuerdo que, el desempeño de los servicios ofrecidos por la empresa fueron los esperados?

- a) TD b) ED c) I d) D e) MD

¿Está de acuerdo con la asignación de un despachador por almacén aduanero que realice sus operaciones?

- a) TD b) ED c) I d) D e) MD

¿Cree usted que nuestro monitoreo constante de su carga es el adecuado?

- a) TD b) ED c) I d) D e) MD

¿Cree usted que el comportamiento de nuestro personal en el servicio post venta que le brindamos es el adecuado?

- a) TD b) ED c) I d) D e) MD

¿Considera usted que la atención brindada fue personalizada?

- a) TD b) ED c) I d) D e) MD

¿Cree usted que los servicios brindados nos diferencian de otras empresas del mismo rubro?

- a) TD b) ED c) I d) D e) MD

¿Nos recomendaría con otras empresas?


- a) TD b) ED c) I d) D e) MD

ANEXO 2: VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del juez validador, Sr. Mg. Walter Lavante Grados DNI: 40696144

Especialidad del validador: Economista - Mg. Supply Chain Management

..... del 20 / 8



Firma del Experto Informante.

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

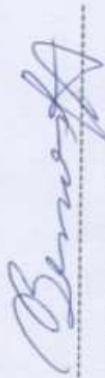
Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Apellidos y nombres del juez validador, Dr.: Berrospi Acosta, Alan Felir DNI: 413673189

Especialidad del validador:.....3.º de Derecho del 20.º I.L......

- ¹Perinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante.

MBA: MAICO A. CARGUAS C.

Especialidad del validador:..... ECONOMIA.....
..... 31 de 10 del 20..... 2018.....

- 1) Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- 2) Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- 3) Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante.

ANEXO 3: MATRIZ DE CONSISTENCIA

MATRIZ DE CONSISTENCIA
 “Mejora continua y la calidad de servicio en la agencia de aduana TRANSGLOBAL CUSTOMS LOGISTICS S.A.C-2019...”

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES/INDICADORES	METODOLOGIA
<p>GENERAL: ¿Cómo influye la mejora continua en la calidad de servicio de la agencia de aduana Transglobal Customs Logistic S.A.C?</p> <p>ESPECÍFICOS 1. ¿Cómo influye la mejora continua en la seguridad de la agencia de aduana Transglobal Customs Logistic S.A.C?</p> <p>2. ¿Cómo influye la mejora continua en la empatía de la agencia de aduana Transglobal Customs Logistic S.A.C?</p> <p>3. ¿Cómo influye la mejora continua en la fiabilidad de la agencia de aduana Transglobal Customs Logistic S.A.C?</p>	<p>GENERAL: Determinar la influencia de la mejora continua en la calidad de servicio de la agencia de aduana Transglobal Customs Logistic SAC</p> <p>ESPECÍFICOS 1. Determinar la influencia de la mejora continua en la seguridad de la agencia de aduana Transglobal Customs Logistic S.A.C.</p> <p>2. Determinar la influencia de la mejora continua en la empatía de la agencia de aduana Transglobal Customs Logistic S.A.C.</p> <p>3. Determinar la influencia de la mejora continua en la fiabilidad de la agencia de aduana Transglobal Customs Logistic S.A.C.</p>	<p>GENERAL: La mejora continua influye en la calidad del servicio de la agencia de aduana Transglobal Customs Logistic S.A.C.</p> <p>ESPECÍFICOS 1. La mejora continua influye en la seguridad de la agencia de aduana Transglobal Customs Logistic S.A.C.</p> <p>2. La mejora continua influye en la empatía de la agencia de aduana Transglobal Customs Logistic S.A.</p> <p>3. La mejora continua influye con la fiabilidad de la agencia de aduana Transglobal Customs Logistic S.A.C.</p>	<p>INDEPENDIENTE: Mejora continua</p> <p>DEPENDIENTE: Calidad de Servicio</p>	<p>PLANIFICAR Objetivos</p> <p>HACER Recursos</p> <p>VERIFICAR Desempeño</p> <p>Actuar Procesos</p> <p>SEGURIDAD Organización Confianza</p> <p>EMPATIA Cliente Compromiso</p> <p>FIABILIDAD Conocimientos</p>	<p>Diseño de la Investigación No experimental – Transversal</p> <p>Tipo de Investigación Aplicada</p> <p>Nivel de Investigación Explicativo- Causal</p> <p>Población 60 clientes de la agencia de aduana Transglobal Customs Logistic SAC</p> <p>Unidad de muestreo 40 clientes de la agencia de aduana Transglobal Customs Logistic SAC</p> <p>Muestra 37 clientes de la agencia de aduana Transglobal Customs Logistic SAC</p> <p>Técnica de procesamiento de la información Programa estadístico SPSS 24.</p>