



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

**ESTRATEGIAS COMPETITIVAS Y CALIDAD DE SERVICIO DEL
ÁREA OPERATIVA DE LA AGENCIA DE ADUANA M&D
SOLUCIONES LOGÍSTICAS S.A.C. CALLAO, 2016**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

AUTORA:

Joshelyn Milagros Capcha Ñaupas

ASESOR:

Dr. Randall Jesus Seminario Unzueta

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Comercio Internacional

LIMA – PERÚ

Año 2016

PAGINA DEL JURADO

DR. Randall Jesús Seminario Unzueta
Presidente

DR. Sabino Muñoz Ledesma
Secretario

MG. Fernando Márquez Caro
Vocal

Dedicatoria

A mi familia con todo mi amor, cariño y respeto, en especial a mis padres y hermanas por su apoyo y confianza incondicional en mí.

Agradecimiento

Un agradecimiento especial a en primer lugar a Dios quien ha sido mi fortaleza y mi guía, también a los profesores Randall Jesús Seminario Unzueta, Fernando Márquez, quienes fueron las principales guías para que este proyecto se desarrolle satisfactoriamente en estos últimos ciclos y así sea un gran aporte para los lectores. Y también a cada una de las personas que aportaron y colaboraron con información permitiendo realizar esta investigación por su tiempo y apoyo.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Joshelyn Milagros Capcha Ñaupas con DNI N°48068295, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Negocios Internacionales, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica. Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

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

Lima, 10 de noviembre del 2016

CAPCHA ÑAUPAS, JOSHELYN MILAGROS

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante usted la Tesis titulada “Estrategias competitivas y calidad de servicio del área operativa de la Agencia de Aduana M&D Soluciones Logísticas S.A.C. Callao, 2016” la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el Título Profesional de Licenciado en Negocios Internacionales.

CAPCHA ÑAUPAS, JOSHELYN MILAGROS

INDICE

	Pág.
PAGINA DEL JURADO	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento.....	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	v
PRESENTACIÓN	vi
INDICE	vii
LISTA DE TABLAS	ix
LISTA DE FIGURAS.....	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
INTRODUCCIÓN	¡Error! Marcador no definido.
CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA ...	¡Error! Marcador no definido.
1.1 Realidad Problemática	¡Error! Marcador no definido.
1.2. Formulación del problema	¡Error! Marcador no definido.
1.3. Justificación el estudio	¡Error! Marcador no definido.
Practica:	¡Error! Marcador no definido.
Metodológica:.....	¡Error! Marcador no definido.
Social:	¡Error! Marcador no definido.
1.4 Objetivos	¡Error! Marcador no definido.
Objetivo General	¡Error! Marcador no definido.
Objetivos Específicos	¡Error! Marcador no definido.
CAPITULO II: MARCO REFERENCIAL.....	¡Error! Marcador no definido.
2.1 Antecedentes	¡Error! Marcador no definido.
2.1.1 Antecedentes Nacionales	¡Error! Marcador no definido.
2.1.2 Antecedentes Internacionales.....	¡Error! Marcador no definido.
2.2 Teorías relacionadas al tema	¡Error! Marcador no definido.
2.2.1 Calidad de Servicio	¡Error! Marcador no definido.
2.2.2 Estrategias Competitivas	¡Error! Marcador no definido.
3.1 Hipótesis	¡Error! Marcador no definido.
Hipótesis General.....	¡Error! Marcador no definido.
Hipótesis Específicas	¡Error! Marcador no definido.
3.2 Variables, operacionalización.....	¡Error! Marcador no definido.
Variable X: Estrategias Competitivas.....	¡Error! Marcador no definido.

Variable Y: Calidad de Servicio	¡Error! Marcador no definido.
CAPITULO IV: MARCO METODOLOGICO	¡Error! Marcador no definido.
4.1 Tipo de Investigación	¡Error! Marcador no definido.
4.2 Nivel de Investigación	¡Error! Marcador no definido.
4.3 Diseño de Investigación	¡Error! Marcador no definido.
4.4 Población y muestra.....	¡Error! Marcador no definido.
Población.....	¡Error! Marcador no definido.
Muestra	¡Error! Marcador no definido.
4.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	¡Error! Marcador no definido.
Validez del contenido	¡Error! Marcador no definido.
Confiabilidad	¡Error! Marcador no definido.
4.6 Métodos de análisis de datos	¡Error! Marcador no definido.
4.7 Aspectos éticos.....	¡Error! Marcador no definido.
CAPITULO V: RESULTADOS	¡Error! Marcador no definido.
5.1 Análisis Descriptivo	¡Error! Marcador no definido.
Análisis Descriptivo Variable Estrategias competitivas;	¡Error! Marcador no definido.
Análisis Descriptivo dimensión Liderazgo de costos ..;	¡Error! Marcador no definido.
Análisis Descriptivo dimensión Diferenciación	¡Error! Marcador no definido.
Análisis Descriptivo dimensión Segmentación.....	¡Error! Marcador no definido.
Análisis Descriptivo Variable Calidad de Servicio	¡Error! Marcador no definido.
Análisis Descriptivo dimensión Elementos tangibles ..;	¡Error! Marcador no definido.
Análisis Descriptivo dimensión Fiabilidad	¡Error! Marcador no definido.
Análisis Descriptivo dimensión Capacidad de respuesta;	¡Error! Marcador no definido.
Análisis Descriptivo dimensión Seguridad	¡Error! Marcador no definido.
Análisis Descriptivo dimensión Empatía	¡Error! Marcador no definido.
Contrastación de Hipótesis.....	¡Error! Marcador no definido.
Contrastación de Hipótesis de Estrategias competitivas y Calidad de servicio	¡Error! Marcador no definido.
Contrastación de Hipótesis de Estrategias competitivas y Elementos tangibles	¡Error! Marcador no definido.
Contrastación de Hipótesis de Estrategias competitivas y la Fiabilidad	¡Error! Marcador no definido.
Contrastación de Hipótesis de Estrategias competitivas y la Capacidad de respuesta.....	¡Error! Marcador no definido.
Contrastación de Hipótesis de Estrategias competitivas y la Seguridad	¡Error! Marcador no definido.

Contrastación de Hipótesis de Estrategias competitivas y la Empatía	¡Error! Marcador no definido.
5.2 Discusión de resultados	¡Error! Marcador no definido.
5.3 Conclusiones.....	¡Error! Marcador no definido.
5.4 Recomendaciones.....	¡Error! Marcador no definido.
5.5 Referencias Bibliográficas.....	¡Error! Marcador no definido.
ANEXOS.....	¡Error! Marcador no definido.
Instrumento de Medición.....	¡Error! Marcador no definido.
Validación del Instrumento (Juicio de Expertos).....	¡Error! Marcador no definido.

LISTA DE TABLAS

TABLA 1 Modelos de Calidad servicio
TABLA 2 Dimensiones de Estrategias competitivas de Miller
TABLA 3 Operacionalización de las variables
TABLA 4 Confiabilidad Variable Estrategias competitivas
TABLA 5 Estadísticas de fiabilidad
TABLA 6 Confiabilidad Variable Calidad de servicio
TABLA 7 Estadísticas de fiabilidad
TABLA 8 Estrategias Competitivas
TABLA 9 Liderazgo de Costos
TABLA 10 Diferenciación
TABLA 11 Segmentación
TABLA 12 Calidad de servicio
TABLA 13 Elementos Tangibles
TABLA 14 Fiabilidad
TABLA 15 Capacidad de respuesta
TABLA 16 Seguridad
TABLA 17 Empatía
TABLA 18 Pruebas de normalidad
TABLA 19 Medidas simétricas
TABLA 20 Estrategias competitivas y Calidad de servicio
TABLA 21 Estrategias competitivas y Elementos tangibles

TABLA 22 Estrategias competitivas y la Fiabilidad

TABLA 23 Estrategias competitivas y la Capacidad de respuesta

TABLA 24 Estrategias competitivas y la Seguridad

TABLA 25 Estrategias competitivas y la Empatía

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Barras según Estrategias Competitivas

Figura 2: Barras según Liderazgo de Costos

Figura 3: Barras según Diferenciación

Figura 4: Barras según Segmentación

Figura 5: Barras según Calidad de servicio

Figura 6: Barras según Elementos tangibles

Figura 7: Barras según Fiabilidad

Figura 8: Barras según Capacidad de respuesta

Figura 9: Barras según Seguridad

Figura 10: Barras según Empatía

Figura 11: Correlación Estrategias competitivas – Calidad d e servicio

Figura 12: Correlación Estrategias competitivas – Elementos tangibles

Figura 13: Correlación Estrategias competitivas – Fiabilidad

Figura 14: Correlación Estrategias competitivas – Capacidad de respuesta

Figura 15: Correlación Estrategias competitivas – Empatía

RESUMEN

La presente investigación esta orientada a las diversas estrategias que se deben emplear para otorgar a los clientes una correcta calidad de servicio, el estudio se realiza en la Agencia de Aduana M&D Soluciones Logísticas SAC. El objetivo es determinar la relación entre estrategias competitivas y calidad de servicio del área operativa de la Agencia de Aduana M&D Soluciones Logísticas S.A.C. Callao- 2016.

Para el estudio se empleó herramientas estadísticas y de recolección de datos, se utilizó los ítems del Modelo SERVQUAL para conocer la percepción de los clientes con el servicio brindado por la Agencia de Aduana.

Lo resultados mostraron que la Agencia de Aduana emplea estrategias para mantener la calidad de servicio y así mismo, se observa que los clientes se sienten satisfechos por el servicio que brinda.

Por otro lado, la medición de dimensiones también arrojo resultados favorables. Con esta medición se consiguió cuáles deberían ser las implementaciones que necesita la agencia para conservar a sus clientes.

Palabra clave: Estrategias, Calidad De Servicio, Clientes, Agencia De Aduana.

ABSTRACT

The present investigation is oriented to the diverse strategies that must be employed to give customers a correct quality of service, their study is done in the Customs Agency M & D Soluciones Logísticas SAC. The objective is to determine the relationship between competitive strategies and quality of service of the operational area of the Customs Agency M & D Soluciones Logísticas S.A.C. Callao 2016.

For the study statistical tools and data collection were used, the items of the SERVQUAL Model were used to know the perception of the clients with the service provided by the Customs Agency.

The results showed that the Customs Agency uses strategies to maintain the quality of service and also, it is observed that the customers feel satisfied by the service it provides.

On the other hand, measuring dimensions also yields favorable results. With this measurement was achieved what should be the implementations that the agency needs to keep its customers.

Key word: Strategies, quality of service, customers, Customs agency.