



ESCUELA DE POSGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Estrategia competitiva y calidad de servicio del programa
vaso de leche de San Juan de Lurigancho, 2016

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Magister en gestión pública

AUTOR:

Br. Pamela Jennifer Sulca Tapia

ASESOR:

Mg. Maritza Guzmán

SECCIÓN

Ciencias Empresariales

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Dirección

PERÚ – 2016

Página del jurado

Mgtr. Andrianzén Olaya Gustavo Lino
Presidente

Mgtr. Torres Cabanillas Luis Alberto
Secretario

Mgtr. Guzmán Meza Maritza Emperatriz
Vocal

Dedicatoria

Dedico esta tesis a Dios que me bendijo de tener dos madres muy luchadoras que me apoyaron desde el comienzo de mi carrera y que son unas mujeres únicas y admirables. También dedico mis grandes experiencias y logros adquiridos a través de mi alma mater que es la universidad César Vallejo en especial a mis profesores que han valorado mi lado creativo.

Agradecimiento

Agradezco este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mi madre Elodia Tapia Barboza, por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias de opiniones. A mi abuelita Gabriela, a pesar de nuestra distancia física, siento que estás conmigo siempre y aunque nos faltaron muchas cosas por vivir, sé que este momento hubiera sido tan especial para ti como lo es para mí. A mi tía Mirian, a quien quiero como a una madre, por compartir momentos significativos conmigo y por siempre estar dispuesta a escucharme y ayudarme en cualquier momento. A mis sobrinos, porque los amo infinitamente igual a mi hermanita. A mis profesores, porque sin ellos el equipo que formamos, no habiéramos logrado esta meta.

Declaración de Autenticidad

Yo, Pamela Jennifer Sullca Tapia, estudiante del Programa de maestría en gestión pública de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo, identificada con DNI 70076924, con la tesis titulada “Estrategia competitiva y calidad de servicio del programa vaso de leche de San Juan de Lurigancho, 2016.”

Declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis es de mi autoría.
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido auto plagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Lima, 7 de diciembre de 2016

Pamela Jennifer Sullca Tapia

DNI: 70076924

Presentación

Señores miembros del Jurado:

Dando cumplimiento a las normas establecidas en el Reglamento de Grados y títulos de la sección de Postgrado de la Universidad César Vallejo para optar el grado de Magíster con mención en gestión pública, presento el trabajo de investigación denominado: “Estrategia competitiva y calidad de servicio del programa vaso de leche de San Juan de Lurigancho, 2016.” La investigación tiene la finalidad de demostrar el uso de la estrategia competitiva y la calidad de servicio en los clientes del programa del vaso de leche de Breña.

La aplicación de la presente tesis se ha desarrollado de la siguiente forma el capítulo I presenta la Introducción, antecedentes, el marco teórico, justificación, problema, hipótesis y objetivos. En el capítulo II se desarrolla el marco metodológico; en el capítulo III, se explican los resultados, en el capítulo IV la discusión y en capítulo V se realiza el análisis inferencial estadístico para posteriormente dar a conocer las recomendaciones en el capítulo VI, el capítulo VII referencias bibliográficas y finalmente el capítulo VIII anexos.

La presente investigación es un alcance que se presenta al área de gerencia en lo concerniente al tema a la estrategia competitiva y la calidad de servicio y esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

La autora.

Índice

Caratula	i
Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iii
Declaración de Autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
I.INTRODUCCIÓN	13
1.1 Antecedentes	16
1.1.1 Antecedentes nacionales	16
1.1.2 Antecedentes internacionales	21
1.2 Fundamentación científica, técnica o humanística	24
1.2.1 Variable estrategia competitiva	24
1.2.2 Variable calidad de servicio	30
1.3 Justificación	38
1.3.1 Justificación teórica	39
1.3.2 Justificación practica	39
1.3.3 Justificación metodológica	40
1.4 Problema	41
1.4.1 Problema general	41
1.4.2 Problemas específicos	41
1.5 Hipótesis	42
1.5.1 Hipótesis general	42
1.5.2 Hipótesis Específicas	42
1.6 Objetivos	43
1.6.1 Objetivo general	43
1.6.2 Objetivo específicos	44
II. MARCO METODOLÓGICO	45
2.1. Variables	46
2.2. Operacionalización de variables	46
2.3. Metodología	49
2.4. Tipo de estudio	49
2.5. Diseño	50
2.6 Población, muestra y muestreo	51

2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	53
2.8. Métodos de análisis de datos	56
2.9. Aspectos éticos	57
III. RESULTADOS	58
IV.DISCUSIÓN	71
V.CONCLUSIONES	75
VI.RECOMENDACIONES	78
VII.REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	81
VIII.ANEXOS	85

Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1 Operalización de la variable 1: calidad de servicio	41
Tabla 2 Operalización de la variable 2: estrategia competitiva	42
Tabla 3 Evaluación de expertos	47
Tabla 4 Confiabilidad de los instrumentos	48
Tabla 5 Estrategia competitiva y calidad de servicio del programa vaso de leche de San Juan de Lurigancho, 2016	52
Tabla 6 Distribución de los niveles de estrategia competitiva y Fiabilidad	54
Tabla 7 Distribución de los niveles de estrategia competitiva y Seguridad	55
Tabla 8 Distribución de los niveles de estrategia competitiva y elementos tangibles	56
Tabla 9 Distribución de los niveles de estrategia competitiva y empatía	57
Tabla 10 Distribución de los niveles de estrategia competitiva y capacidad de respuesta	58
Tabla 11 Correlación de la estrategia competitiva y calidad de servicio	59
Tabla 12 Correlación de la estrategia competitiva y fiabilidad	60
Tabla 13 Correlación de la estrategia competitiva y seguridad	61
Tabla 14 Correlación de la estrategia competitiva y elementos tangibles	62
Tabla 15 Correlación de la estrategia competitiva y empatía	63
Tabla 16 Correlación de la estrategia competitiva y capacidad de respuesta	64

Índice de figuras

	Pág.
Figura 1 Diseño de investigación	44
Figura 2 Formula del tamaño de muestra	46
Figura 3 Estrategia competitiva y calidad de servicio	53
Figura 4 Estrategia competitiva y fiabilidad	54
Figura 5 Estrategia competitiva y seguridad	55
Figura 6 Estrategia competitiva y elementos tangibles	56
Figura 7 Estrategia competitiva y empatía	57
Figura 8 Estrategia competitiva y capacidad de respuesta	58

RESUMEN

La presente investigación titulada “Estrategia competitiva y calidad de servicio del programa vaso de leche de San Juan de Lurigancho, 2016”, tuvo como objetivo general determinar qué relación existe entre la estrategia competitiva y la calidad de servicio del programa de vaso de leche de Breña.

La investigación se realizó utilizando enfoque cuantitativo y de tipo correlacional y diseño no experimental también utilizando una muestra de 309 clientes del programa vaso de leche. La recopilación de datos se utilizó la técnica de investigación encuesta con relación de estrategia competitiva y calidad de servicio, con preguntas de alternativas, para la confiabilidad se utilizó alfa de cronbach que es de 0,833.

De acuerdo a los resultados, se utilizó el coeficiente Rho de spearman, se utilizó el coeficiente de 0,833, altamente significativa con (p valor =0,000 <0,05) se demuestra que hay una relación directa entre la estrategia competitiva y calidad servicio del programa de vaso de leche de San Juan de Lurigancho, 2016.

Palabras claves: estrategia competitiva – calidad de servicio – programa vaso de leche.

ABSTRACT

This research entitled "Competitive Strategy and service quality program San Juan of Lurigancho glass of milk, 2016 " overall objective was to determine the relationship between competitive strategy and service quality San Juan of Lurigancho glass of milk.

The research was conducted using quantitative and correlational no experimental design approach and also using a sample of 309 clients cup milk program. Data collection technique research survey regarding competitive strategy and quality of service, with questions alternatives for reliability Cronbach's alpha was used was used.

According to the results, the Rho Spearman coefficient was used, the coefficient of 0.833 was used, with highly significant (p value = 0.000 <0.05) shows that there is a direct relationship between competitive strategy and quality service program glass of milk San Juan de Lurigancho, 2016.

Keywords: competitive strategy - quality of service - glass of milk program.