



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Carrera de Negocios Internacionales

**DIMENSIONES DE LA CALIDAD DE SERVICIO QUE
INFLUYEN EN LA REPUTACIÓN CORPORATIVA DE
LAS EMPRESAS COURIER EN LIMA**

**Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Negocios
Internacionales**

CAICAY ARBIETO, TRINIDAD

**Asesor:
MBA Barrantes Santos, Fanny**

**Lima – Perú
2017**

AGRADECIMIENTO

A mi profesora y asesora Fanny Barrantes,
por sus consejos y guía durante la elaboración de la tesis.
A la universidad San Ignacio de Loyola y a los profesores que
han contribuido significativamente en mi formación académica.

DEDICATORIA

A Dios, por la vida.
A mis padres, Trinidad y Luis por su gran amor e incondicional apoyo.
A mis hermanos, Nidia, por la inspiración, Beto por su apoyo,
Lisset por su perseverancia y
a Jenny por su lucha y por ser una gran inspiración.
A mi novio José, por su gran amor, comprensión, apoyo y aliento.

RESUMEN

El objetivo de esta investigación es determinar la influencia de las dimensiones de la calidad de servicio en la reputación corporativa de las empresas courier en Lima con la finalidad de brindar una herramienta de medición que permita saber a las empresas su situación reputacional desde un enfoque interno y que considere a las dimensiones de la calidad de servicio como criterios de evaluación. El interés en esta investigación surge por la relevancia que han tomado ambas variables en las empresas de servicio en los últimos años, la calidad de servicio, como un elemento diferenciador y la reputación como activo intangible y estratégico. Para el desarrollo del estudio se analizaron los aportes de los instrumentos de medida más influyentes en calidad de servicio y reputación corporativa y con ello se presenta un modelo propuesto basado en la herramienta SERVQUAL y en el modelo de reputación corporativa de Olmedo y Martínez (2011). El modelo incluye un cuestionario el cual fue aplicado a una muestra representativa de empresas del sector courier. Mediante la técnica estadística índice Spearman se analizó el modelo estructural. Los resultados obtenidos son satisfactorios debido que a pesar de que las dos variables no presentan una relación directa, varias de sus dimensiones sí muestran relación directa.

Palabras claves: Calidad de servicio, dimensiones, reputación corporativa, herramienta de medición, SERVQUAL, empresas courier.

ABSTRACT

The objective of this research is to determine the influence of the dimensions of service quality on the corporate reputation of the courier companies in Lima with the purpose of providing a measurement scale that allows companies to know their reputational situation from an internal perspective and which considers the dimensions of quality of service as evaluation criteria. Interest in this research arises from the relevance of both variables in service companies in recent years, quality of service as a differentiating element and reputation as an intangible and strategic asset. For the development of the study we analyzed the contributions of the most influential measurement instruments in quality of service and corporate reputation and with it a proposed model based on the SERVQUAL tool and on the corporate reputation model of Olmedo and Martinez (2011) . The model includes a questionnaire which was applied to a representative sample of companies in the courier sector. The structural model was analyzed using the Spearman index statistical technique. The results obtained are satisfactory because although the two variables do not present a direct relation, several of their dimensions do show direct relation.

Key words: Quality of service, dimensions, corporate reputation, measuring tool, SERVQUAL, courier companies.

TABLA DE CONTENIDOS

Lista de tablas.....	viii
Lista de figuras.....	x
Capítulo I: Planteamiento del problema.....	1
1.1 Antecedentes.....	1
1.1.1 Revisión de la literatura	5
1.1.2 Situación problemática.....	9
1.2 Definición del problema.....	13
1.3 Preguntas de investigación	17
1.1.3 Problema general	17
1.1.4 Problemas específicos.....	18
1.4 Objetivos de la investigación.....	18
1.4.1 Objetivo general	18
1.4.2 Objetivos específicos.....	18
1.5 Justificación.....	19
1.5.1 Justificación teórica.....	19
1.5.2 Justificación practica.....	20
1.6 Viabilidad de la investigación	20
1.6.1 Delimitación de la investigación.....	21
1.6.2 Limitantes de la investigación.....	21
Capitulo II : Marco teórico.....	22
2.1 Calidad de servicio.....	22

2.1.1	Definición.....	22
2.1.2	Dimensiones de la calidad de servicio	26
2.1.3	Modelos de calidad de servicio.....	28
2.2	Reputación corporativa.....	41
2.2.1	Definición.....	41
2.2.2	Modelos de reputación corporativa.....	43
2.3	Relación entre Calidad de servicio y reputación corporativa.....	50
2.4	Sector	51
2.5	Modelo propuesto.....	58
Capítulo III: Metodología.....		62
3.1	Tipo de investigación.....	62
3.2	Diseño de investigación	62
3.3	Proceso de Investigación Cualitativa.....	63
3.3.1	Entrevista en profundidad.....	63
1	Proceso de muestreo.....	63
2	Instrumento de recolección de datos.....	64
3	Procedimiento.....	64
4	Procesamiento y análisis de datos.....	64
5	Resultados.....	65
3.4	Proceso de investigación Cuantitativa.....	65
3.4.1	Proceso de muestreo.....	65
1	Definición de la población.....	65
2	Tamaño de muestra.....	67

3	Técnica a emplear.....	68
4	Selección de los elementos de la muestra.....	69
5	Definición operacional de variables.....	69
3.4.2	Instrumento de recolección de datos.....	72
3.4.3	Procedimiento.....	73
3.4.4	Procesamiento y análisis de datos.....	73
Capítulo IV: Análisis y discusión de resultados.....		77
4.1	Resultado de la investigación.....	77
4.2	Discusión de los resultados.....	86
Capítulo V: Conclusiones.....		110
5.1	Conclusiones, limitaciones e investigaciones futuras.....	111
Referencias.....		114
Apéndices.....		117

Lista de tablas

Tabla 1. Modelos de la Calidad de servicio y sus dimensiones.....	27
Tabla 2. Dimensiones de la calidad del servicio.....	28
Tabla 3. Declaraciones de los criterios del modelo Servqual.....	33
Tabla 4. Medidas de la reputación propuesta instituciones de prestigio.....	44
Tabla 5. Ranking de exportaciones de empresas courier.	55
Tabla 6. Ranking de importaciones de empresas courier.....	56
Tabla 7. Empresas courier de Lima periodo 2015.....	66
Tabla 8. Tabla de frecuencia dimensiones dela calidad del servicio.....	80
Tabla 9. Tabla de frecuencia elementos tangibles.....	80
Tabla 10. Tabla de frecuencia fiabilidad.....	81
Tabla 11. Tabla de frecuencia capacidad de respuesta.....	81
Tabla 12. Tabla de frecuencia seguridad.....	82
Tabla 13. Tabla de frecuencia empatía.....	82
Tabla 14. Tabla de frecuencia reputación corporativa.....	83
Tabla 15. Tabla de frecuencia recursos humanos.....	83
Tabla 16. Tabla de frecuencia calidad de gestión y capacidad directiva.....	84
Tabla 17. Tabla de frecuencia liderazgo empresarial.....	84
Tabla 18. Tabla de frecuencia ética cultura y responsabilidad social.....	85
Tabla 19. Tabla de frecuencia imagen de marca.....	85
Tabla 20. Tabla de frecuencia innovación.....	86
Tabla 21. Prueba de Normalidad Kolmogorov, Smirnof y Shapiro Wilk.....	87

Tabla 22. Tabla Contingencia de hipótesis general.....	89
Tabla 23. Prueba de chi cuadrado hipótesis general.....	89
Tabla 24. Correlaciones de la hipótesis general.....	90
Tabla 25. Tabla de contingencia de hipótesis específica 1.....	92
Tabla 26. Prueba de chi cuadrado hipótesis específica 1.....	92
Tabla 27. Correlaciones con Rho Spearman hipótesis específica 1.....	93
Tabla 28. Tabla de contingencia de hipótesis específica 2.....	95
Tabla 29. Prueba de chi cuadrado hipótesis específica 2.....	95
Tabla 30. Correlaciones con Rho Spearman hipótesis específica 2.....	96
Tabla 31. Tabla de contingencia de hipótesis específica 3.....	98
Tabla 32. Prueba de chi cuadrado hipótesis específica 3.....	98
Tabla 33. Correlaciones con Rho Spearman hipótesis específica 3.....	99
Tabla 34. Tabla de contingencia de hipótesis específica 4.....	101
Tabla 35. Prueba de chi cuadrado hipótesis específica 4.....	101
Tabla 36. Correlaciones con Rho Spearman hipótesis específica 4.....	102
Tabla 37. Tabla de contingencia de hipótesis específica 5.....	104
Tabla 38. Prueba de chi cuadrado hipótesis específica 5.....	104
Tabla 39. Correlaciones con Rho Spearman hipótesis específica 5.....	105

Lista de figuras

Figura 1. Evolución de las importaciones y exportaciones en Perú 2011-2015.....	11
Figura 2. Evolución de las importaciones y exportaciones courier en Perú 2011-2015.	11
Figura 3. Conceptual model of service quality.....	29
Figura 4. Percepción de la calidad de servicio de la escuela nórdica.....	36
Figura 5. Modelo de los tres componentes.....	40
Figura 6. Cadena logística.....	52
Figura 7. Empresas Courier.....	54
Figura 8. Modelo propuesto.....	60
Figura 9. Gráfica de chi cuadrada hipótesis general.....	88
Figura 10. Gráfica de chi cuadrada hipótesis específica 1	91
Figura 11. Gráfica de chi cuadrada hipótesis específica 2.....	94
Figura 12. Gráfica de chi cuadrada hipótesis específica 3	97
Figura 13. Gráfica de chi cuadrada hipótesis específica 4.....	100
Figura 14. Gráfica de chi cuadrada hipótesis específica 5.....	103