



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**RELACIÓN ENTRE LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA
SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA AGENCIA DE
ADUANAS IJM LOGISTIC S.A.C. EN EL AÑO 2019**

**PRESENTADA POR
YUMI VIVIANA GONZALEZ ARECHE**

**ASESOR
ALEXANDER FIGUEROA MALDONADO**

TESIS

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

LIMA – PERÚ

2022



CC BY-NC-SA

Reconocimiento – No comercial – Compartir igual

El autor permite transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

TESIS

**RELACIÓN ENTRE LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE
LOS CLIENTES DE LA AGENCIA DE ADUANAS IJM LOGISTIC S.A.C. EN EL
AÑO 2019**

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

PRESENTADA POR:

YUMI VIVIANA GONZALEZ ARECHE

ASESOR:

MG. ALEXANDER FIGUEROA MALDONADO

LIMA, PERÚ

2022

Dedicatoria

A Dios principalmente, por darme la fuerza que necesitaba para no rendirme y lograr culminar esta investigación.

También quiero dedicar esta tesis, a mis padres Viviana Areche & Cesar Gonzalez y a mi hermano Eidan G. que son mi mayor inspiración, gracias por su amor y apoyo constante.

En memoria de mis abuelos que desde el cielo me motivaban a seguir esforzándome profesionalmente.

Agradecimientos

Agradecer al Mg. Alexander Figueroa Maldonado, por su apoyo constante, motivación y dedicación, las cuales fueron importantes para concluir este trabajo de investigación.

De igual manera, agradezco las enseñanzas adquiridas durante mi carrera universitaria a los docentes de la FCARRHH, los cuales me brindaron muchos conocimientos y experiencias para mi formación.

Finalmente, agradecer a los 48 importadores de la agencia de aduanas IJM Logistic S.A.C. en el distrito de San Miguel, por su apoyo voluntario en la ejecución de las encuestas virtuales, lo que permitió consumir los resultados de la investigación.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Dedicatoria.....	II
Agradecimientos.....	III
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	IV
ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS.....	VI
RESUMEN.....	X
ABSTRACT.....	XI
INTRODUCCION.....	XII
CAPITULO I: MARCO TEORICO.....	2
1.1 Antecedentes de la Investigación.....	2
1.1.1 Antecedentes Internacionales.....	2
1.1.2 Antecedentes Nacionales.....	3
1.2 Bases Teóricas.....	5
1.2.1. Calidad de servicio.....	5
1.2.1.1. Definición de calidad.....	5
1.2.1.2. Dimensiones de la calidad de servicio.....	6
1.2.1.3. Características de la calidad.....	6
1.2.1.4. Indicadores para la medición de la calidad.....	7
1.2.1.5. Importancia de la calidad en el servicio.....	8
1.2.2. Satisfacción del cliente.....	8
1.2.2.1. Conceptualización de la satisfacción del cliente.....	8
1.2.2.2. La experiencia del cliente y/o usuario.....	9
1.2.2.3. Herramientas para satisfacer al cliente.....	9
1.2.2.4. Características de la satisfacción del cliente.....	10
1.3 Definición de Términos Básicos.....	10
CAPITULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	12
2.1 Formulación de Hipótesis Principal y Derivadas.....	12
2.1.1. Hipótesis Principal.....	12
2.1.2. Hipótesis Derivadas.....	12
2.2 Variables y Definición Operacional.....	12
CAPITULO III: METODOLOGÍA.....	17
3.1 Diseño Metodológico.....	17
3.1.1 Tipo de investigación.....	17

3.1.2 Diseño de investigación.....	17
3.1.3 Enfoque de la investigación.....	17
3.1.4 Unidad de Análisis	18
3.1.5 Método de la investigación.....	18
3.2 Diseño Muestral.....	18
3.3 Técnicas de Recolección de Datos	20
3.4 Técnicas Cuantitativas para el Procesamiento de Información	21
3.5 Confiabilidad y validez del constructo del instrumento	22
3.5.1 Validez del constructo del instrumento	22
3.5.2. Confiabilidad del instrumento.....	22
3.6 Aspectos Éticos	25
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	28
4.1 Resultados de la investigación.....	27
4.1.1 Descripción de la muestra	27
4.1.2 Análisis exploratorio	30
4.1.2.1 Análisis exploratorio de la variable: Calidad de servicio	30
4.1.2.2 Análisis exploratorio de la variable: Satisfacción del cliente.....	31
4.1.3 Análisis descriptivo de las variables.....	32
4.1.4. Contrastación de las hipótesis	52
4.1.4.1. Prueba de normalidad de las variables	52
4.1.4.2. Prueba de Correlación	54
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN	59
5.1 Discusión de resultados	59
5.1.1 Contrastación de resultados.....	59
CONCLUSIONES	67
RECOMENDACIONES	73
REFERENCIAS	¡Error! Marcador no definido.
ANEXOS	73
Anexo I: Matriz de Consistencia	74
Anexo II: Matriz de Operacionalización	80
Anexo III: Carta de Consentimiento Informado.....	92
Anexo IV: Validación de Expertos.....	93
Validación de Expertos 1	93
Validación de Expertos 2.....	100

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Operacionalización de la variable calidad de servicio	12
Tabla 2: Operacionalización de la variable satisfacción del cliente.....	14
Tabla 3: Listado de cliente de la agencia de aduana IJM Logistic SAC	19
Tabla 4: Sexo del Encuestado.....	27
Tabla 5: Grupos de Edad	28
Tabla 6: Clientes de agencia de aduanas IJM LOGISTIC SAC.....	29
Tabla 7: Los colaboradores de la agencia de aduanas que brindan el servicio les genera confianza.....	32
Tabla 8: La agencia de aduanas cumple con los tiempos establecidos.	33
Tabla 9: Los colaboradores de la agencia de aduanas atienden o responden de manera oportuna y expedita.	34
Tabla 10: Los colaboradores de la agencia de aduanas cuentan siempre con la debida disposición para resolver sus dudas e inquietudes.	35
Tabla 11: Al contratar nuestros servicios de agenciamiento de aduanas se siente seguro con el servicio brindado.	36
Tabla 12: Percibe que los colaboradores de la agencia de aduanas son competitivos cuando brindan sus servicios.....	37
Tabla 13: Los colaboradores de la agencia de aduanas muestran interés cuando plantea sus inquietudes.....	38
Tabla 14: Los colaboradores de la agencia de aduanas siempre los atienden con cortesía y educación.	39
Tabla 15: Considera que la infraestructura de la agencia de aduanas se encuentra en buen estado.....	40
Tabla 16: La seguridad al interior de la agencia de aduanas es segura.	41
Tabla 17: La agencia de aduanas les brinda el servicio que usted espera.	42
Tabla 18: Considera que los colaboradores de la agencia de aduanas conocen sus interés y necesidades.	43
Tabla 19: Considera que la agencia de aduanas viene mejorando la calidad del servicio que ofrece	44
Tabla 20: El servicio virtual ofrecido por la agencia de aduanas es bueno en comparación con otras agencias del rubro.	45
Tabla 21: La calidad de servicio es consecuente con las tarifas brindadas.	46

Tabla 22: Ha contado con problemas o inconvenientes con los servicios brindados por la agencia de aduanas.	47
Tabla 23: Estoy seguro (a) que si contrato los servicios de la agencia de aduanas IJM LOGISTIC SAC no tendré problemas o inconvenientes con los tramites de importación. 48	
Tabla 24: La agencia de aduanas es innovadora y tiene proyección a futuro.	49
Tabla 25: Los colaboradores de la agencia de aduanas son claros con la explicación o informaciones dadas.	50
Tabla 26: Los colaboradores de la agencia de aduanas cuentan con conocimientos y capacidades para desarrollar de buena forma los servicios que necesita.	51
Tabla 27: Correlaciones Calidad de servicio y Satisfacción del cliente.....	54
Tabla 28: Correlaciones Confiabilidad y Satisfacción del cliente.....	55
Tabla 29: Correlaciones Capacidad de respuesta y Satisfacción del cliente	56
Tabla 30: Correlaciones Seguridad y Satisfacción del cliente	56
Tabla 31: Correlaciones Empatía y Satisfacción del cliente	57
Tabla 32: Correlaciones Aspectos Tangibles y Satisfacción del cliente	58
Tabla 33: Hipótesis Específica 1: Sustento Teórico – Sustento Personal	59
Tabla 34: Hipótesis Específica 2: Sustento Teórico – Sustento Personal	61
Tabla 35: Hipótesis Específica 3: Sustento Teórico – Sustento Personal	62
Tabla 36: Hipótesis Específica 4: Sustento Teórico – Sustento Personal	63
Tabla 37: Hipótesis Específica 5: Sustento Teórico – Sustento Personal	64
Tabla 38: Hipótesis Principal: Sustento Teórico – Sustento Personal.....	65
Tabla 39: Cronograma de actividades	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Las 5 dimensiones de la calidad de servicio	6
Figura 2: Indicadores para la medición de la calidad	7
Figura 3: Herramientas para satisfacer al cliente.....	9
Figura 4: Sexo de los encuestados.....	27
Figura 5: Grupos de Edad.....	28
Figura 6: Clientes de agencia de aduanas IJM LOGISTIC SAC	29
Figura 7: Histograma de la variable Calidad de Servicio.....	30
Figura 8: Histograma de la variable Satisfacción del Cliente	31
Figura 9: Los colaboradores de la agencia de aduanas que brindan el servicio les genera confianza.....	32
Figura 10: La agencia de aduanas cumple con los tiempos establecidos	33
Figura 11: Los colaboradores de la agencia de aduanas atienden o responden de manera oportuna y expedita	34
Figura 12: Los colaboradores de la agencia de aduanas cuentan siempre con la debida disposición para resolver sus dudas e inquietudes	35
Figura 13: Al contratar nuestros servicios de agenciamiento de aduanas se siente seguro con el servicio brindado	36
Figura 14: Percibe que los colaboradores de la agencia de aduanas son competitivos cuando brindan sus servicios.....	37
Figura 15: Los colaboradores de la agencia de aduanas muestran interés cuando plantea sus inquietudes.....	38
Figura 16: Los colaboradores de la agencia de aduanas siempre los atienden con cortesía y educación.....	39
Figura 17: Considera que la infraestructura de la agencia de aduanas se encuentra en buen estado.....	40
Figura 18: La seguridad al interior de la agencia de aduanas es segura.....	41
Figura 19: La agencia de aduanas les brinda el servicio que usted espera.....	42
Figura 20: Considera que los colaboradores de la agencia de aduanas conocen sus interés y necesidades	43
Figura 21: Considera que la agencia de aduanas viene mejorando la calidad del servicio que ofrece	44
Figura 22: El servicio virtual ofrecido por la agencia de aduanas es bueno en comparación con otras agencias del rubro	45
Figura 23: La calidad de servicio es consecuente con las tarifas brindadas.....	46
Figura 24: Ha contado con problemas o inconvenientes con los servicios brindados por la agencia de aduanas	47

Figura 25: Estoy seguro (a) que sí contrato los servicios de la agencia de aduanas IJM LOGISTIC SAC no tendré problemas o inconvenientes con los tramites de importación .	48
Figura 26: La agencia de aduanas es innovadora y tiene proyección a futuro	49
Figura 27: Los colaboradores de la agencia de aduanas son claros con la explicación o informaciones dadas	50
Figura 28: Los colaboradores de la agencia de aduanas cuentan con conocimientos y capacidades para desarrollar de buena forma los servicios que necesita	51
Figura 29: Pruebas de normalidad de la variable Calidad de Servicio	52
Figura 30: Pruebas de normalidad de la variable Satisfacción del cliente	53
Figura 31: Pruebas de normalidad de las dimensiones de Calidad del servicio	53
Figura 32: Constancia de Consentimiento informado de Acceso Publico	92
Figura 33: Solicitud de validación de juicio experto	93
Figura 34: Formato de validación de juicio de expertos	100
Figura 35: TABLA N.º 1: VARIABLE 1 (Calidad de servicio)	101
Figura 36: TABLA N.º 2: VARIABLE 2 (Satisfacción del cliente)	97
Figura 37: Información del validador experto 1	99
Figura 38: TABLA N.º 1: VARIABLE 1 (Calidad de servicio)	100
Figura 39: TABLA N.º 2: VARIABLE 2 (Satisfacción del cliente)	102
Figura 40: Información del validador experto 2	104

RESUMEN

El objetivo general de la presente investigación es determinar la relación que existe entre la Calidad de Servicio y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019, para que las agencias de aduanas se percaten cuáles son los puntos débiles que cuentan y se deben mejorar para contar con una mejor calidad en sus servicios y, por ende, se obtenga mayor satisfacción a sus clientes.

El presente trabajo se realizará mediante el diseño No Experimental de corte transversal dado que las variables no se manipularán, solo se buscará ver el comportamiento de una sobre la otra. El tipo de investigación es de tipo correlacional; ya que el estudio tiene como principal objetivo poder relacionar dos variables, con un método de investigación deductivo ya que se ira de lo general a lo específico.

La unidad de análisis del presente trabajo son los clientes y/o usuarios de la agencia de aduanas IJM LOGISTIC SAC ubicado en el distrito de San Miguel, en su totalidad con 48 empresas importadoras.

Finalmente, los resultados del trabajo de investigación, comprobaron que existe una relación directa entre la Calidad de Servicio y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019.

Palabras claves: Agencia de aduanas, calidad de servicio, satisfacción de los cliente y distrito de San Miguel.

ABSTRACT

The general objective of this research is to determine the relationship between the Quality of Service and the Customer Satisfaction of the Customs Agency IJM Logistic S.A.C. in 2019, so that customs agencies realize which are the weak points that count and must be improved in order to have a better quality in their services and, therefore, obtain greater satisfaction for their clients.

The present work will be carried out through the Non-Experimental cross-sectional design since the variables will not be manipulated, it will only be sought to see the behavior of one over the other. The type of research will be correlational; since the main objective of the study is to be able to relate two variables, with a deductive research method since it will go from the general to the specific.

The unit of analysis of this work will be the clients and/or users of the customs agency IJM LOGISTIC SAC located in the district of San Miguel, in its entirety with 48 importing companies.

Finally, the results of the research work, in the general hypothesis, confirmed that there is a direct relationship between the Quality of Service and the Customer Satisfaction of the Customs Agency IJM Logistic S.A.C. in the year 2019.

Keywords: Customs agency, service quality, customer satisfaction and San Miguel district.

INTRODUCCION

La calidad de servicio “Es cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico” (Kotler, 1997)

Actualmente, la calidad de servicio en la mayoría de las organizaciones en el mundo se está moviendo hacia la prestación de un servicio de alta calidad, lo que la convierte en una de las tareas más importantes, pero también se convierte en un proceso tedioso de implementar en las organizaciones. Asimismo, las empresas han ido logrando conectarse a una nueva etapa de transformaciones, cambios y desafíos para sobresalir entre sus competidores.

A lo mencionado, cabe indicar que el mayor desafío que tuvieron que afrontar las organizaciones a nivel mundial fue al comienzo de la pandemia (COVID-19), donde las empresas en tiempo récord se vieron obligadas a repensar la atención al cliente, desplegar nuevos canales, y otras tecnologías que les permitan no solo seguir brindando el servicio, sino también fortalecer y mantener el vínculo que ya se contaba o desarrollar una oportunidad para atraer nuevos clientes.

Por consiguiente, las organizaciones que utilizan la calidad de servicio, buscan liderazgo y posicionamiento, pero principalmente la satisfacción del consumidor. El cliente actual conoce sus necesidades y cuenta con expectativas frente al servicio que desea obtener; como resultado, es claro que un mal servicio al cliente afecta la reputación de la empresa e incurre en costos adicionales, pérdidas económicas y cliente no fidelizados.

En el Perú, existen varios sectores que implementan la calidad de servicio como prioridad dentro de sus organizaciones, la cual se ve reflejado en la satisfacción del cliente, en comentarios positivos que puedan indicar el consumidor por el servicio obtenido; al contrario, la no implementación de la misma causara una mala experiencia e insatisfacción. Sin embargo, diferentes sectores en el país están haciendo grandes esfuerzos en su capacidad para mejorar la calidad del servicio, a lo que pueda conducir a satisfacción de los clientes.

Respecto al sector aduanero, muchas agencias de aduanas están introduciendo elementos para medir la satisfacción de los procesos logísticos, esto con lleva la mejora de la calidad de servicio que las agencias brindan a sus clientes. Por ello el modelo de SERVQUAL, la

cual cuenta con 5 dimensiones: que son la confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y aspectos tangibilidad y así como los colaboradores en la organización son punto clave para obtener calidad en el servicio.

Sobre los procesos logísticos dentro de las agencias de aduanas para llevar a cabo la nacionalización de las cargas ingresadas al territorio peruano, no es el más óptimo y adecuado, a lo que repercute en la atención frente al cliente. Como podemos mencionar, los problemas de las agencias de aduanas en el Perú, que se puedan contar es la mala comunicación y gestión en el proceso de nacionalización, ya sea en las coordinaciones con el agente de carga, clasificación arancelaria, cálculo de tributos, comunicación con la aerolínea, naviera, almacén, coordinaciones con el transportista para la entrega de los productos importador y/o demás relacionados con la mercancía, a lo cual traerá como consecuencia obstáculos y demoras que se pueden obtener a partir de los retrasos, y esto a su vez genera costos adicionales que finalmente afectan sus costos y los plazos dados por el agente de aduanas a los importadores.

En relación a la problemática expuesta y centrando al tema de la presente investigación, la agencia de aduanas IJM LOGISTIC S.A.C. situada en el distrito de San Miguel en la ciudad de Lima, se identifica por ser una empresa especializada en brindar servicios de despacho aduanero y soluciones logísticas para personas jurídicas que realizan procesos de compra y venta de productos en mercados externos. Por eso es importante evaluar e identificar problemas en el sector de comercio exterior que provocan retrasos y complicaciones en el desarrollo de la prestación de servicios, que consigo pueden causar insatisfacción en el cliente final.

Por ello, en este estudio buscamos analizar la relación entre la variable calidad del servicio y la satisfacción del cliente, en la agencia de aduanas IJM LOGISTIC S.A.C. con respecto al año 2019.

Objetivo de la Investigación

Determinar la relación que existe entre la Calidad de Servicio y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019.

Objetivos Específicos

- Determinar la relación que existe entre la Confiabilidad y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019.
- Determinar la relación que existe entre la Capacidad de respuesta y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019.
- Determinar la relación que existe entre la Seguridad y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019.
- Determinar la relación que existe entre la Empatía y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019.
- Determinar la relación que existe entre los Aspectos tangibles y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019.

Este estudio se realizó para analizar la relación de las variables: Calidad de servicio y satisfacción de los clientes, así como evaluar los factores de calidad percibidos por los usuarios de la agencia de aduanas en relacionados con la naturaleza de la compra o uso del servicio.

En los últimos años de la agencia de aduanas IJM LOGISTIC S.A.C, existen demoras al dar respuesta a los clientes sobre el status de sus cargas y atrasos para el retiro de las mismas, lo que da como perspectiva a un mal servicio brindado y, por ende, una insatisfacción por parte del cliente. Por tal motivo, preguntamos, ¿Por qué la calidad del servicio se ha convertido en un tema muy importante?

En el siglo XX, el concepto de calidad fue evolucionando y desde el cumplimiento de especificaciones técnicas establecidas por especialistas, se ha avanzado hacia la satisfacción de los requerimientos de los clientes, la adaptación para el uso y para el costo, que implica incluir el aspecto económico, como consideración adicional a los elementos anteriormente mencionados. (Cubillos Rodríguez & Rozo Rodríguez , 2009)

Finalmente, se podría precisar que la calidad del servicio se trata de superar las expectativas del cliente en comparación con lo que, obtenido por el servicio, ello ayudará a que la agencia de aduanas pueda localizar las deficiencias que se cuentan en los procesos aduaneros para así poder brindar un mejor servicio con calidad, rapidez, eficiencia y eficacia.

Este estudio permite brindar conocimientos adquiridos, para que los investigadores puedan acceder y relacionarse con situaciones similares que cuentan en sus procesos logísticos.

Este estudio propone una metodología de investigación a través de un nuevo diseño de estudio. Para conseguir el objetivo del estudio, a lo que se utilizaran técnicas de investigación como cuestionarios y procesos en software para medir la calidad del servicio que ofrecen las organizaciones en un contexto aduanero.

Por lo tanto, se procura saber el valor que tiene para los clientes la satisfacción que se tiene al obtener un servicio, así también, conocer la potencia que se tiene al captar a nuevos clientes potenciales y mantener a los vigentes con el objetivo de la organización, su cooperación, motivación, relaciones interpersonales, toma de decisiones y procesos de control que definen y caracterizan la calidad del servicio. Por lo tanto, los resultados de la búsqueda se basan en técnicas de búsqueda válidas en el medio.

La calidad de servicio en los procesos del sector aduanero, se ha convertido actualmente en un punto importante que deben saber afrontar los agentes o representantes en la cadena Logística. Asimismo, las agencias de aduanas se han visto afectados en los últimos años por la demanda masiva, por parte de los clientes que generan compra y venta en el mercado internacionales, teniendo que mejorar la calidad de servicio brindado por la alta competitividad del comercio exterior, donde la percepción de los clientes, es un punto importante para evaluar la prestación de servicio en las agencias de aduanas.

En nuestro país, no todas las empresas cuentan con investigaciones sobre la calidad percibida, tanto en la calidad del servicio como en la satisfacción del cliente. El estudio tuvo como objetivo establecer el diagnóstico en ambos lados. Es decir, pueden identificar brechas en la calidad del servicio, para que posteriormente puedan proponer modificaciones y complementos a las brechas encontradas.

Para la superación de las organizaciones, es indispensable que los colaboradores de las empresas logren un desarrollo de calidad en sus propios puestos, por ello, es de suma importancia capacitar al personal para su mejora a nivel profesional. Sin embargo, la calidad del servicio de las empresas suele incluir muchos aspectos que hacen que los empleados los ignoren. Por lo tanto, se debe tener en cuenta que el personal debe estar motivado y contar con actividades específicas que hagan con ello brindar un buen servicio a sus clientes.

Mientras la Aduana no mejore sus estándares de calidad, seguirá incurriendo en defectos en la nacionalización de los productos adquiridos en el exterior por los destinatarios. Lo cual originaría que los clientes no tengan una buena experiencia y perspectiva del servicio

brindado. El estudio pretende dar un paso importante en el diagnóstico de áreas de escasez para que sea el punto de partida para la mejora de la calidad dentro de las aduanas y con ello la satisfacción del cliente.

Por tanto, es importante concluir que la importancia de este trabajo de investigación es conocer cuáles son las deficiencias al tener que brindar un servicio de calidad en la cadena logística o procesos aduaneros, así también como una medida para saber si los clientes y/o usuarios están satisfechos con el servicio adquirido o no. Donde, las demás empresas de agencias de aduanas podrán tomar como referencias los puntos a fortalecer para que la calidad de su servicio sea más competitiva y brindar una mejor experiencia y perceptiva.

La presente investigación es viable desde el enfoque económico ya que se cuenta con los recursos necesarios, permitiéndonos obtener la información correcta, a tiempo, para llevar a cabo su desarrollo.

La presente investigación desde el punto de vista informativo es viable, ya que desea informar la relación de las dos variables de estudio: calidad de servicio y satisfacción de los clientes.

Desde el enfoque social, la presente investigación es viable ya que los resultados se utilizarán para mejorar los servicios aduaneros y corregir la calidad de los servicios de las agencias de aduanas, favoreciendo a los importadores de la agencia de aduanas IJM LOGISTIC SAC. En el contexto tecnológico, este estudio es viable porque cuenta con los soportes necesarios para un desarrollo continuo, tales como: computadora, zoom, programadores office, SPSS, demás.

Con la finalidad de enriquecer el trabajo de investigación y tener los soportes necesarios para tener una eficiente recaudación de información.

- **Viabilidad legal:** La viabilidad legal se ve dividida en tres enfoques:

- **Confidencialidad**

La confidencialidad es uno de los principios fundamentales en el procedimiento de mediación, dado que propicia la confianza mutua de las partes y contribuye a garantizar la franqueza entre ellas con la finalidad de generar la confianza necesaria para favorecer que las partes expresen sus intereses y necesidades. (Demestre, 2010)

En ese sentido, la confidencialidad es darle seguridad al consignatario/importador de que lo expresado al recabar información será utilizado de manera correcta y sensata.

- **Protección de datos**

“La protección de datos de carácter personal hace referencia al derecho fundamental del individuo a decidir sobre sus propios datos frente al tratamiento masivo de los mismos, especialmente como consecuencia de la aparición y desarrollo.” (Estrada, 2019)

Sobre lo expresado por el autor la protección de datos es el resguardo que se le da a los datos de los clientes de una empresa ya que el usuario tiene la libertad de expresar si desea que su información sea revelada en este estudio.

- **Derecho de propiedad intelectual**

Una propiedad especial, dado que no recae sobre bienes corporales o materiales, si no sobre los bienes inmateriales; se ejerce sobre la forma expresiva que se da a una idea, susceptible de ser divulgada o reproducida por cualquier medio, o de ser aprovechada en el comercio o en la industria. (Rengijo, 1996)

En base a lo expresado por el autor, la presente investigación respetará las expresiones, comentarios de los autores en la recabación de información extraída de libros, tesis, papers, y demás.

- **Viabilidad técnica:** La presente investigación es técnicamente viable dado que se cuenta con una empresa caso de estudio que proporcionará información de primera mano.
- **Viabilidad ambiental:** En el contexto ambiental, la investigación tiene un enfoque viable ya que al no realizarse encuestas presenciales se optará por enviar de manera virtual los formularios a los clientes del muestreo, generando así una contribución con el medio ambiente.

En conclusión, lo indicado anteriormente muestra que la presente investigación tiene viabilidad para ejecutarse.

A lo largo de la presente investigación se presentan algunas limitaciones que se pueden definir como todos aquellos impedimentos que puedan ocasionar algunas contingencias en la investigación.

Actualmente, el país se encuentra en una crisis sanitaria por el COVID-19, teniendo consigo medidas que puedan afectar recaudar la información, tales como: El contacto no directo con los encuestados, La reducción de recursos tales como: libros, revistas, artículos, etc., esto se debe que al no contar con libre tránsito debido a la pandemia y el cierre de las bibliotecas nacionales para una disminución de contagios.

En conclusión, las limitaciones señaladas anteriormente se plasman en el desarrollo de la presente investigación, pero podrán ser superadas en el transcurso del mismo.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes de la Investigación

1.1.1 Antecedentes Internacionales

De acuerdo con (Orellana Bravo & Silva Alvarado, 2017) en su tesis denominada Diseño de un plan de capacitación sobre la calidad total y el desempeño de los agentes de aduanas en Guayaquil, como problema de investigación: ¿Cómo se implementaría un correcto manejo de la calidad total por parte de los agentes aduaneros?, por lo que se buscó como objetivo, realizar un plan de capacitación y seguimiento para la implementación de un correcto manejo de calidad por parte de los agentes aduaneros. El autor propone una metodología de diseño correlativo-no empírico, con un nivel de investigación descriptivo y explicativo. Los resultados determinaron que con el diseño de un plan de capacitación se mejoraría la calidad general en el desempeño de los funcionarios aduaneros. Finalmente, pudieron concluir sobre el grado de importancia de realizar el presente estudio, para que se pueda conocer que el plan de capacitación aplicado en el trabajo de los funcionarios de aduanas y el nivel de calidad.

(Mendoza López, Sandoval Poveda, & Sequeira Ortega, 2019) sostiene en su tesis denominado Satisfacción de los clientes y Usuarios del Puerto de Corinto en función de la Calidad del Servicio a través del Modelo Servqual, durante el período Septiembre 2016 a Junio 2017, publicada en el Repositorio Centroamericano SIIDCA, la cual tuvo como problema de investigación ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los clientes y usuarios de Puerto Corinto en función de la calidad del servicio brindado?, por lo que se buscó como objetivo: Evaluar la satisfacción de los clientes y usuarios del Puerto de Corinto en función de la calidad de los servicios en el período comprendido de septiembre 2016 a junio 2017. El autor planteo como metodología que la investigación en función del enfoque, es mixta (cualitativa-cuantitativa). Entre los resultados se encontró que el principal problema que enfrentaba el Puerto de Corinto era la falta de equipamiento y espacio. Finalmente, pueden concluir que se ha determinado que las expectativas de los clientes superan

las percepciones de la experiencia del servicio, por lo que se puede concluir que los servicios, en cada uno de sus atributos constituyentes, no son proporcionados con calidad.

Como lo hace notar (Rada Serrano, 2019) en su tesis de investigación denominado Manual de operaciones logístico para la importación de mercancías bajo el régimen 10 del agente de aduana Nancy Serrano Mosquera; publicada en el Repositorio Digital de la ULVR de Guayaquil, la cual tuvo como problema de investigación ¿Qué mejoras podrían obtenerse, de implementarse un manual de operaciones logísticas para la importación de mercancías bajo el régimen diez para la agente de aduana Nancy Serrano Mosquera, en un ambiente donde no se han aplicado herramientas que aseguren la calidad de los procesos operativos?. El autor planteo como metodología basada en un tipo de investigación es descriptiva, la metodología aplicada en la presente investigación es descriptiva – propositiva, se estimó necesario utilizar el enfoque mixto Método Sintético y Modelación. Finalmente pudieron concluir que, al no existir con un manual de operaciones, las actividades no se encuentran normadas y consecuentemente, y como, recomendación se le recomienda a la empresa establecer el manual de control a las gestiones administrativas, puesto que la falta de normativa no permitiría auditorías de control y establecer correctivos o mejoras de manera técnica y organizada.

1.1.2 Antecedentes Nacionales

De acuerdo con (De La Cruz Curay, 2018) en su tesis denominada Calidad del E-Servicio de la Agencia de Aduanas Antares y la Satisfacción de sus Clientes - San Isidro, 2018, publicada en el Repositorio de la Universidad César Vallejo, por lo que se buscó como objetivo, Determinar la influencia de la Calidad del E-Servicio de la Agencia de Aduanas Antares en la Satisfacción de sus Clientes - San Isidro, 2018. El autor propone como metodología basada en hipótesis deductivas con un enfoque cuantitativo, de tipo aplicado, con nivel de explicación causal y diseño transversal no empírico. Por lo tanto, la calidad del e-servicio de la agencia de aduanas Antares influye en la satisfacción de sus clientes - San Isidro, 2018. Finalmente, se puede concluir que se ha determinado que la calidad en la prestación del servicio puede afectar la satisfacción de los clientes y que mejorar la calidad beneficiará a la organización, resultando una mejoría en la satisfacción del cliente para competir en

el mercado nacional, la recomendación ha determinado a la autoridad aduanera de Antares a invertir más en la difusión de sus servicios electrónicos, ya que tendrán un aumento en la tasa proporcional, con el resultado 97,1%, en términos de satisfacción de la base de clientes.

- (Villanueva Baldeón, 2019) sostiene en su tesis denominado Operaciones Aduaneras y la satisfacción del cliente en la empresa TLI Aduanas S.A.C – Lima, 2019, por lo que se buscó como objetivo, determinar la relación que existe entre las operaciones aduaneras y la satisfacción al cliente en la empresa TLI aduanas S.A.C – lima, 2019. El autor propone como metodología basada en un diseño tipo transversal no empírico a aplicar, con un correlativo a nivel de investigación descriptivo, y un enfoque cuantitativo y un razonamiento hipotético. Como resultado, las operaciones aduaneras se relacionan con la satisfacción del cliente en la empresa TLI Aduanas SAC, Lima - 2019. Finalmente se puede indicar que las operaciones aduaneras son muy importantes en base al proceso, la Aduana tiene como objetivo facilitar el comercio sin costos adicionales y compensar lo que requiere el comprador.

Como lo hace notar (Rios Chappell, 2018) en su tesis de investigación denominado Certificación OEA y calidad del servicio en la agencia de aduana Transoceanic S.A., Callao – 2018, publicada en el Repositorio de la Universidad César Vallejo, en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales, en la ciudad de Lima, la cual tuvo como problema de estudio ¿Cómo se relaciona la certificación OEA y la calidad del servicio al cliente en el despacho aduanero de la Agencia de aduana Transoceanic?, por lo que se buscó como objetivo, determinar la relación que existe entre la certificación OEA y la calidad del servicio al cliente en la Agencia de aduana Transoceanic. Como resultado que la relación de la Certificación OEA con la Calidad del Servicio de la Agencia de aduana Transoceanic es significativa. Finalmente se concluye que existe una relación entre las variables, donde la empresa al contar con una certificación OEA incrementara la calidad del servicio que brinda a sus clientes gracias a sus indicadores de seguridad internacional e instalaciones contenidas en lo anterior.

1.2 Bases Teóricas

En el presente subcapítulo se pretende abordar los ejes relacionados a las dos variables del trabajo de investigación tales como: La calidad de servicio y satisfacción del cliente, sobre el caso de estudio.

1.2.1. Calidad de servicio

Hoy en día la calidad del servicio es muy importante en una empresa, a lo que se puede definir como la percepción del servicio adquirido por parte del cliente.

Podemos definir calidad como, el conjunto de aspectos y características de un producto y/o servicio que guarda relación con su capacidad para satisfacer las necesidades expresadas o latentes (necesidades no han sido atendidas por ninguna empresa pero que son demandadas por el público) de los clientes. (Editorial Vertice, 2008)

Como ha definido el autor, la calidad de servicio es el nivel de excelencia que una empresa ha elegido alcanzar para satisfacer a sus clientes claves; lo que representa, al mismo tiempo, la medida en que se logra esta cualidad.

1.2.1.1. Definición de calidad

A continuación, *se define calidad por expertos del tema:*

Etimológicamente, el término calidad proviene del latín qualitas-atis, el Diccionario de la Real Academia Española la define como: La propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa, que la capacita para juzgarla igual, mejor o peor que las demás de su tipo.

No obstante, la Norma ISO 9000 indica que: La calidad es el nivel en el que un conjunto de características inseparables a una cosa cumple con los requisitos. Muy similar a como la define la ISO 9001. Philip Crosby: la calidad es cumplimiento de requisitos de un cliente. (Miranda & Chamorro, 2007)

Tal como lo definen las normas ISO 9000 y 9001, las cuales son responsables del cumplimiento de la gestión de calidad y de impulsar procesos para mejorar continuamente la satisfacción del cliente.

1.2.1.2. Dimensiones de la calidad de servicio

(Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985) los autores partieron del paradigma citado por (Matsumoto, 2014): El modelo Servqual agrupa cinco dimensiones para medir la calidad del servicio.

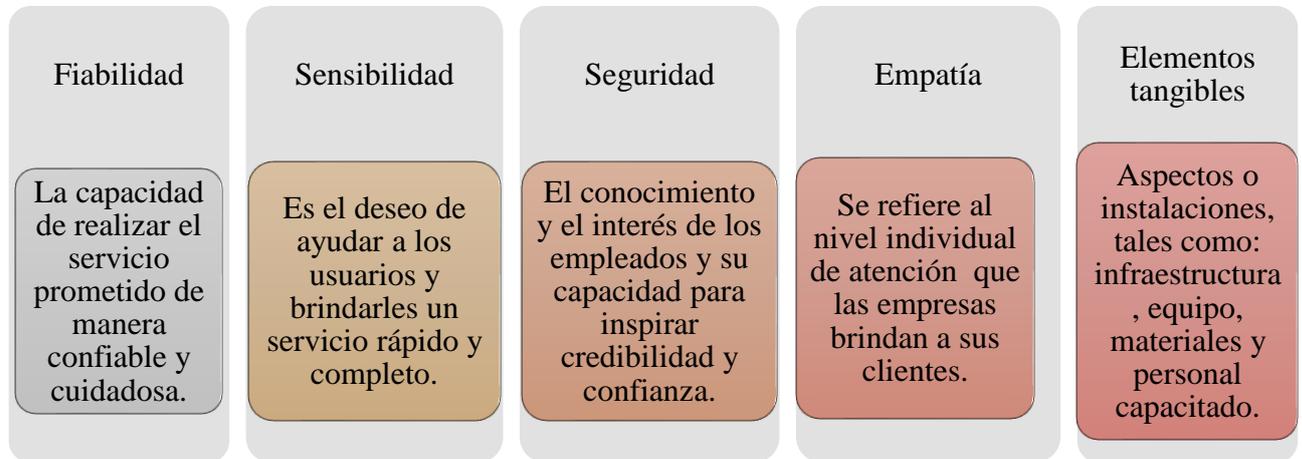


Figura 1: Las 5 dimensiones de la calidad de servicio

Nota: Elaboración Propia

Fuente: Indicadores para la medición de la calidad. Adaptado de: http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332014000200005#:~:text=El%20Modelo%20Servqual%2C%20mide%20la,%2C%20empat%20y%20elementos%20tangibles.

De acuerdo a la Figura: Se concluye que las 5 dimensiones de la variable calidad de servicio ayudaran a medir la calidad brindada a los clientes y/o usuarios frente al servicio ofrecido.

1.2.1.3. Características de la calidad

Las características de calidad son la base sobre la cual se construye la conformidad de los productos y/o servicios. Cualquier aspecto de un insumo, producto, procesos o material necesario para lograr la adecuación al propósito de la característica de calidad.

Algunas de las características de la calidad que se deben cumplir y seguir para un correcto servicio de calidad, tales como:

- Deben lograr con sus objetivos.
- Tiene que hacer aquello para lo que está diseñado.
- Debe ser adecuado para su uso.
- Las necesidades deben ser atendidas.

- Debe facilitar resultados. (Aniorte, 2020)

Sin embargo, el concepto de qué es una característica de calidad no es nuevo, ha llevado mucho tiempo cuantificar estas características. Las propiedades tecnológicas (ductilidad, dureza, y demás.) se han cuantificado ampliamente con el rápido desarrollo de la instrumentación en los últimos siglos.

1.2.1.4. Indicadores para la medición de la calidad

Las métricas de calidad están estrechamente relacionadas con los objetivos de calidad y cuál debe ser la evidencia para verificar que la empresa está tomando medidas para lograr estos objetivos.

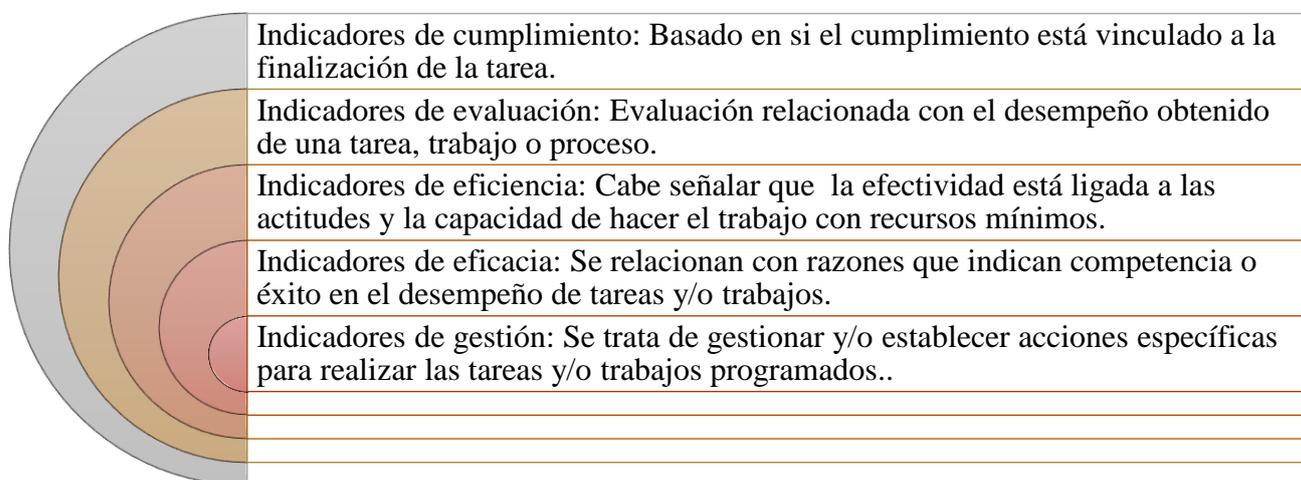


Figura 2: Indicadores para la medición de la calidad

Nota: Elaboración Propia

Fuente: Indicadores para la medición de la calidad. Adaptado de:

<https://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/indicadores#:~:text=Indicadores%20de%20evaluaci%C3%B3n%3A%20la%20evaluaci%C3%B3n,debilidades%20y%20oportunidades%20de%20mejora.>

Los siguientes indicadores nos permitirán medir la rapidez, eficacia y eficiencia en la que se realizan las funciones y el servicio brindado a los clientes y/o usuarios, por ende, nos permitirán también saber lo satisfechos que están frente a lo indicado como a lo desempeñado por el servicio.

1.2.1.5. Importancia de la calidad en el servicio

La calidad no debe entenderse simplemente como una garantía "libre de defectos", sino más bien como la necesidad de asegurar la satisfacción de las necesidades a través de la mejora continua para ofrecer más al menor coste posible.

El servicio al cliente es cada vez más poderoso a medida que aumenta la competencia, cuanto más existe, más oportunidad tienen los clientes de decidir dónde obtener el producto y/o servicio que buscan, he aquí la importancia de perfeccionarlo. y adaptarse a las necesidades de los clientes, porque ellos tendrán la decisión final.

Los competidores están en igualdad de condiciones en términos de calidad y precio, por lo que es necesaria la diferenciación. Los clientes son cada vez más exigentes, ya no sólo buscan el precio sino calidad, también, una buena atención, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado y un servicio rápido. (Morán, 2017)

Por tal motivo, la calidad es importante dentro de una organización porque permite reducir costos, orientar a la organización hacia el cliente, alinear los objetivos de la empresa con la perspectiva del cliente y demás.

1.2.2. Satisfacción del cliente

La satisfacción del cliente se puede definir como la actitud o comportamiento del usuario frente al producto y/o servicio adquirido, este a su vez es un punto muy importante que debe ser tomado dentro de una organización, clave para la fidelización de los clientes.

1.2.2.1. Conceptualización de la satisfacción del cliente

La satisfacción del cliente es un requisito fundamental para conseguir un lugar en la mente del consumidor y, por tanto, en el mercado objetivo. Por este motivo, el objetivo de satisfacer al cliente ha trasladado las fronteras del departamento de marketing para convertirse en uno de los objetivos primordiales en todos los campos.

En la actualidad, el consumidor cuenta con una gran cantidad de marcas que venden un mismo producto y/o servicio, tiene dificultad para decidir cuál de ellas es la mejor opción. Ahora bien, si obtiene una experiencia de compra positiva la satisfacción que es lo que se genera a continuación podrá hacer que la empresa suba enteros en el mercado. (Peiró, 2018)

Según el autor, la satisfacción se entiende como la evaluación del cliente sobre la base de un servicio, que depende de qué tan bien el servicio ha satisfecho las necesidades del cliente, en cuyo caso no es así, cuando eso sucede, nace la insatisfacción.

1.2.2.2. La experiencia del cliente y/o usuario

Se puede definir como la percepción que tiene el cliente frente al producto y/o servicio obtenido, mediante el cual el cliente evalúa el trato ofrecido por la organización, otro concepto relacionado a la experiencia del cliente es:

La experiencia estándar del cliente ya no es suficiente. Las expectativas de los consumidores modernos están aumentando: lo que ayer era genial es básico hoy. Incluso las industrias más tradicionales están cambiando hacia filosofías centradas en el cliente, algunas por elección, otras por necesidad competitiva. (Brunetta, 2019)

A lo que se concluye, que el cliente y/o usuario mediante el tiempo ha ido aumentando las expectativas que tienen frente a una necesidad o servicio por adquirir.

1.2.2.3. Herramientas para satisfacer al cliente

Se indica que, dentro de las herramientas para satisfacer al cliente, se puede apreciar las siguientes 4 que son: (Pizzo, 2013)

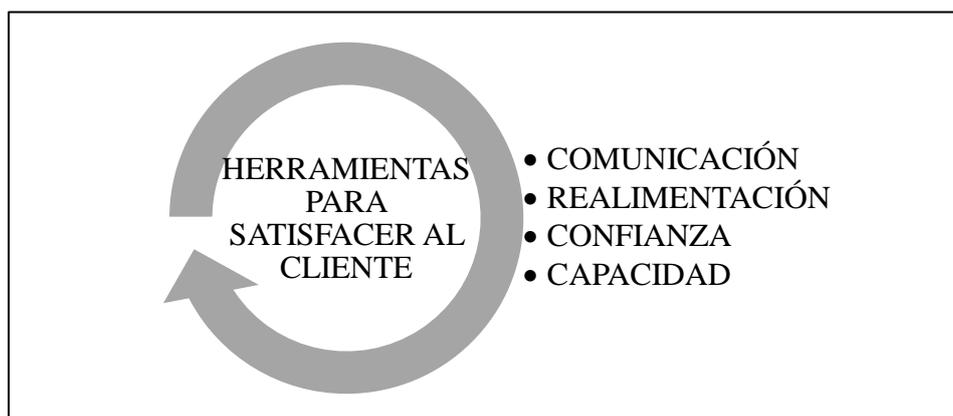


Figura 3: Herramientas para satisfacer al cliente

Nota: Elaboración Propia

Fuente: Las herramientas para satisfacer a los clientes. Adaptado de:

<https://www.gestiopolis.com/4-herramientas-para-brindar-un-buen-servicio-al-cliente/>

De acuerdo a la Figura: *Las herramientas para satisfacer al cliente*, dichas herramientas ayudarán a medir la satisfacción del cliente, las cuales servirán como apoyo constante dentro de una organización.

1.2.2.4. Características de la satisfacción del cliente

Hoy en día, la satisfacción del cliente se ha convertido en el mayor objetivo de cualquier empresa (pequeña, grande, nacional, internacional, etc.), sin embargo, no todos lo logran y las cosas no lo son, esto afecta directamente a todos los departamentos de la organización o empresa.

Por ello, para lograrlo se conocerán las características de la satisfacción del cliente, que se indican a continuación:

- Se determina desde el punto de vista del cliente, no desde el punto de vista de la empresa.
- Se establece mediante los resultados que el cliente obtiene con el servicio.
- Se basa en la percepción del cliente, no necesariamente en hechos.
- Usted puede ser influenciado por personas que influyen directamente en los clientes y/o usuarios.
- Mucho depende del estado psicológico del cliente al adquirir un producto y/o servicio. (Questionpro, 2021)

Estos puntos indicados como las características de la satisfacción del cliente, generara clientes más fiables a la empresa y así a ello sigan optando con los servicios ofrecidos por la organización.

1.3 Definición de Términos Básicos

Calidad de Servicio: La calidad es brindar un producto y/o servicio en las mejores condiciones, haciendo que todo cede de manera correcta. Es satisfacer y producir lo que los consumidores quieren. Que la calidad ofrecida parezca perfecta.

- **Fiabilidad:** Se refiere a la capacidad de realizar el servicio prometido de manera confiable y ordenada. Es decir, la empresa cumple sus promesas en términos de entrega, resolución de problemas, fijación de precios y prestación de servicios.

- **Sensibilidad:** Es el deseo de ayudar a los usuarios y brindarles un servicio eficiente, eficaz y completo. Se refiere a prontitud y la atención en el manejo de consultas, quejas de los clientes, respondiendo a las preguntas y resolviendo problemas.
- **Seguridad:** Es la atención y el conocimiento de los colaboradores de la empresa y su capacidad para inspirarles confianza y credibilidad.
- **Empatía:** Se refiere al grado de preocupación individual que las organizaciones dan a sus clientes. Debe entregarse mediante un servicio personalizado o adaptado a las preferencias del cliente.
- **Elementos tangibles:** Es la apariencia externa, instalaciones físicas, tales como equipos, infraestructura, personal capacitado y materiales para un mejor proceso logístico.

Satisfacción del Cliente: “el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto y/o servicio con sus expectativas”

- **Calidad funcional percibida:** Especifica la forma en que se entrega el servicio.
- **Calidad técnica percibida:** Basada en características inherentes al servicio.
- **Valor percibido:** Es el valor que visualiza y adquiere el cliente después de recibir el servicio.
- **Confianza:** Es la variable operativa del índice de satisfacción y mide, de acuerdo con el nivel alcanzado en este índice, la percepción de los clientes sobre la capacidad de la empresa para brindar buenos servicios en el futuro, construir la lealtad de los clientes y determinar cómo califican los clientes la prestación de servicios.
- **Expectativas:** El nivel de referencia que los consumidores esperan de un producto y/o servicio que obtienen antes de realizar o adquirir una compra.

CAPITULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1 Formulación de Hipótesis Principal y Derivadas

2.1.1. Hipótesis Principal

Existe una relación directa entre la Calidad de Servicio y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019.

2.1.2. Hipótesis Derivadas

- Existe una relación directa entre la Confiabilidad y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019.
- Existe una relación directa entre la Capacidad de respuesta y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019.
- Existe una relación directa entre la Seguridad y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019.
- Existe una relación directa entre la Empatía y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019.
- Existe una relación directa entre los Aspectos tangibles y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019.

2.2 Variables y Definición Operacional

Tabla 1: Operacionalización de la variable calidad de servicio

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala
Calidad del Servicio	Confiabilidad	Confiabilidad de los trabajadores de la agencia al prestar el servicio.	1	
		Cumplimiento de los horarios establecidos.	2	
		Información clara y precisa.	3	
	Capacidad de respuesta	Conclusión de tramites en tiempo razonable.	4	

	Atención rápida y expedita.	5	
	Disposición de los trabajadores de la agencia para resolver dudas e inquietudes.	6	
Seguridad	Comportamiento confiable por parte de los trabajadores de la agencia para ofrecer un servicio adecuado.	7	1. Muy de acuerdo 2. De acuerdo 3. Indeciso 4. En desacuerdo 5. Muy en desacuerdo
	Se siente seguro con el servicio ofrecido por la agencia de aduana.	8	
	Los trabajadores de la agencia de aduana son amables al prestar el servicio.	9	
	Competencia de los trabajadores de la agencia de aduana para emplear sus conocimientos al brindar el servicio.	10	
Empatía	Interés de los trabajadores de la agencia por las inquietudes planteadas por los clientes.	11	
	Atención y cortesía de los trabajadores de la agencia.	12	
	Respeto de parte de los trabajadores de la agencia.	13	
Aspectos Tangibles	Estado de la infraestructura de la agencia de aduanas.	14	
	Estado de equipos e instalaciones.	15	
	Nivel de seguridad al interior de la agencia de aduanas.	16	

Tabla 2: Operacionalización de la variable satisfacción del cliente

Variable	Dimensiones	Indicadores	Items	Escala
Satisfacción del Cliente	Calidad	El personal de esta agencia ha	17	1. Totalmente
		solucionado satisfactoriamente		desacuerdo
	Funcional	mis quejas.		2. Desacuerdo
		En esta agencia de aduanas se	18	3. Algo
	percibida	le da el servicio que usted		desacuerdo
		espera.		4. Indiferente
		El personal de esta agencia	19	5. Algo de
		conoce los intereses y		acuerdo
		necesidades de sus clientes.		6. De acuerdo
		Se siente seguro al realizar sus	20	7. Totalmente
	operaciones de importación		acuerdo	
	con esta agencia de aduanas.			
	La agencia de aduanas presta	21		
	un servicio satisfactorio en			
	agenciamiento de aduanas.			
	Calidad técnica	Usted ha observado mejoras en	22	1. Totalmente
	percibida	el servicio ofrecido en la		desacuerdo
		agencia de aduanas.		2. Desacuerdo
		La calidad de los servicios	23	3. Algo
		virtuales en la agencia es		desacuerdo
		bueno.		4. Indiferente
		Sus expectativas son	24	5. Algo de
		satisfechas con los servicios		acuerdo
		prestados por la agencia de		6. De acuerdo
		aduanas.		7. Totalmente
				acuerdo
	Valor	Usted tiene confianza con esta	25	1. Totalmente
	percibido	agencia de aduanas.		desacuerdo
		Las tarifas cotizadas por esta	26	2. Desacuerdo
		agencia de aduanas en		

	comparación con otras son atractivas.		3. Algo desacuerdo
	La calidad de los servicios prestados en esta agencia de aduanas es buena, dadas tarifas ofrecidas por el servicio.	27	4. Indiferente 5. Algo de acuerdo 6. De acuerdo
	No ha tenido problemas o inconvenientes con los servicios prestados por esta agencia de aduanas.	28	7. Totalmente acuerdo
	Si otra agencia de aduanas me ofrece los mismos servicios, prefiero regresar a esta agencia.	29	
Confianza	Al acudir a esta agencia de aduanas sabe que no tendrá problemas o inconvenientes con los servicios recibidos.	30	1. Totalmente desacuerdo 2. Desacuerdo 3. Algo
	Usted recomendaría esta agencia de aduanas a otros importadores.	31	desacuerdo 4. Indiferente 5. Algo de
	Esta agencia de aduanas es innovadora y con visión de futuro.	32	acuerdo 6. De acuerdo 7. Totalmente
	Los servicios prestados por esta agencia de aduanas están cerca de los ideales para una agencia de este tipo.	33	acuerdo
	Esta agencia de aduanas se preocupa por las necesidades de sus clientes	34	
Expectativas	El servicio que se ofrece en esta agencia de aduanas se	35	1. Totalmente desacuerdo

adapta a sus necesidades como cliente.		2. Desacuerdo
		3. Algo
El personal de esta agencia de aduanas es claro en las explicaciones o informaciones dadas.	36	desacuerdo
		4. Indiferente
		5. Algo de
		acuerdo
El personal de esta agencia de aduanas posee los conocimientos acerca de los servicios prestados.	37	6. De acuerdo
		7. Totalmente
		acuerdo

CAPITULO III

METODOLOGÍA

3.1 Diseño Metodológico

3.1.1 Tipo de investigación

De acuerdo al tipo de investigación el autor indica que “Existen cuatro tipos de investigación en el enfoque cuantitativo, los cuales son: Investigación exploratoria, descriptiva, correlacional y explicativa” (Hernández et. al , 2014, p. 90).

El presente trabajo, es de tipo correlacional; ya que el presente estudio tiene como principal objetivo poder relacionar dos variables; las cuales son: Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente.

3.1.2 Diseño de investigación

Desde el punto de vista del autor “El diseño de investigación cuantitativo se divide en dos puntos, que son: investigación experimental e investigación no experimental. La investigación no experimental la subdividimos en diseños transversales y diseños longitudinales” (Hernández et. al , 2014, p. 129).

El presente trabajo se realizará mediante el diseño No Experimental de corte transversal dado que las variables no se manipularán, solo se buscará ver el comportamiento de una sobre la otra. Además, esto debido a que el objetivo es observar y describir en qué medida se relaciona las dos variables del caso de estudio.

3.1.3 Enfoque de la investigación

De acuerdo al autor, determinó que el enfoque de la investigación puede ser cuantitativo, cualitativo y mixto donde el “Enfoque cuantitativo se utiliza para la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (Hernández et. al , 2014, p. 4).

El enfoque del estudio es cuantitativo, ya que se utiliza la técnica de recolección de datos: cuestionario.

3.1.4 Unidad de Análisis

La unidad de análisis se define como:

Un subgrupo de la población de interés de la que se recopilarán datos, que debe definirse con precisión y delimitarse con anticipación, y que debe ser representativo de esa población. El investigador pretende que los resultados encontrados en la muestra sean generalizados o extrapolables a la población. Hernández et. al (2014)

La unidad de análisis del presente trabajo será los clientes y/o usuarios de la agencia de aduanas IJM LOGISTIC SAC, en su totalidad con 48 empresas importadoras.

3.1.5 Método de la investigación

El método de la investigación es deductivo, ya que se investiga de lo general a lo específico.

Por su parte, el método deductivo, según su origen lingüístico, significa conducir o extraer, a partir del razonamiento, al igual que el método inductivo. A lo que, su aplicación es totalmente diferente, ya que en este caso la deducción intrínseca del ser humano permite pasar de principios generales a hechos particulares. (Bernal Torres, 2006)

3.2 Diseño Muestral

La población de esta investigación está conformada por 48 empresas importadoras con aduana destino: Callao – Pucallpa y Madre de Dios; de donde se encuestará a un representante legal por cada una de las empresas.

Es importante considerar que de acuerdo a Hernández et. al (2014) toda población menor a 50 individuos, es igual a la muestra.

Tabla 3: Listado de cliente de la agencia de aduana IJM Logistic SAC

Cliente	Ruc	Razón Social
01	20601776201	A & G Inversiones Selva E.I.R.L.
02	20600419171	Agencia de Marketing Sensorial S.A.C
03	20601638143	B.J.R. Selva S.A.C.
04	20261545617	Calzado Paez S.A.C.
05	20602612954	Century Flight Academy E.I.R.L.
06	20600732766	Cia La Cachina S.A.C.
07	20511003793	Comerce & Services Karol S.A.C
08	20536579746	Corporacion Bjr Import Sur S.A.C
09	20103892598	Creazioni Sociedad Anonima
10	20508200847	Eesaperu S.A.C.
11	20601589495	Equipos & Servicios Selva E.I.R.L.
12	20556949400	Eymaq Peru S.A.C
13	20602806198	Fábrica de Fideos Mana E.I.R.L.
14	20128806939	Forestal Cabrera S.A.C
15	20606519916	Fuego Cooking Supplies S.A.C.
16	10702989979	Garzon Flores Alcides
17	20601371643	Gpr Solutions S.A.C.
18	20606066482	Green Services & Consulting S.A.C.
19	20601451582	Heavy Woods Ltd E.I.R.L
20	20600206223	Herbal Natural S.A.C.
21	10474549483	Huaman Sulca Mayte Mercedes
22	20601691761	Importacion & Exportacion Yannick E.I.R.L.
23	20493783352	Importaciones Huaynapicchu Eirl
24	20373687333	Incaforest E.I.R. Ltda
25	20602413307	Interactivity SAC
26	20546635369	Inversiones Guangdong S.A.C
27	20100460255	Kaefer Kostec S.A.C.
28	10422700311	Lunasco Cabezas Raul
29	20393081695	Maquiselva E.I.R.L.
30	20545083010	Merkar General S.A.C
31	20601971012	Molino Imperio S.A.C.

32	20601007259	Multiglass & Plastic E.I.R.L.
33	20393514630	Multigranjas Serlan S.A.C.
34	20351410061	Oleaginosas Amazonicas S. A
35	20605486526	Paska Import S.A.C.
36	20386604119	Pattilandia S.A.C.
37	20602360416	Podium Outdoors SAC
38	20144605277	Qualitas S.A.
39	20605965530	Ralexgo Importadora S.A.C.
40	10413666894	Rojas Baumann Yenny Yuliana
41	10000859791	Saldaña Davila Marcos Guido
42	20603202024	Samcin S.A.C.
43	20535550477	Samson Controls S.A.
44	20602322905	Servicios Generales Alsi E.I.R. L
45	10472801339	Torres Neyra Victor
46	20547507577	Trituradores Peru E.I.R.L.
47	20603210116	Urban Skating Peru S.A.C.
48	20603108192	Welding Industry Peru S.A.C.

Nota: Elaboración Propia

Fuente: Consulta propia a la empresa de estudio IJM LOGISTIC SAC

3.3 Técnicas de Recolección de Datos

Las técnicas para la recolección de datos serán encuesta y escala Likert y; esto se debe a que el enfoque de la investigación es cuantitativo.

“Los cuestionarios son un instrumento de recolección de datos que *consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir*” (Chasteauneuf, 2009, en Hernández et. al ,2014, p. 217).

La llamada escala de Likert es una herramienta de medición psicológica en la que los encuestados tienen que indicar su acuerdo o desacuerdo con una afirmación, ítem o reactivo, realizada mediante una escala con carácter ordinal y unidireccional. Por otro lado, es necesario hacer hincapié en que estas escalas se diseñan a un nivel de medida ordinal. (Bertram, 2008)

3.4 Técnicas Cuantitativas para el Procesamiento de Información

- **Excel:** Es la primera técnica que se utilizará para el procesamiento de información dado que se podrá tener la información de manera más fácil para su posterior análisis. La cual se dará de la siguiente manera:
 - **Codificación:** Se asignará un nombre a cada una de las características recogidas (variables) para su práctica identificación. Luego de ello se asignará un valor numérico a cada una de las categorías.
 - **Tabulación de datos:** “Un tabulador de encuestas se encarga de contar y organizar los datos obtenidos en la aplicación. Esta herramienta abarca las operaciones relacionadas con conseguir resultados numéricos que se conectan al objeto de estudio” (QuestionPro, 2021)
- **SPSS:** “SPSS es un sistema amplio y flexible de análisis estadístico y gestión de información que es capaz de trabajar con datos procedentes de distintos formatos generando, informes, estadísticos, tablas y diferentes presentaciones de análisis de la información” (Fincosmer Training & Consulting, 2021)

3.5 Confiabilidad y validez del constructo del instrumento

3.5.1 Validez del constructo del instrumento

Para medir la validez del instrumento se utilizó la técnica de criterio de dos jueces expertos, quienes fueron docentes de la Universidad de San Martín de Porres con experiencia en el campo de la Administración, evaluando las dimensiones: suficiencia, claridad, coherencia y relevancia de las preguntas del instrumento, mediante sugerencias y recomendaciones.

3.5.2 Confiabilidad del instrumento

En cuanto a la confiabilidad del instrumento se utilizó el indicador Alfa de Cronbach por variable, obteniendo los siguientes valores:

V1: Calidad de servicio

<u>Estadísticas de fiabilidad</u>	
<u>Alfa de Cronbach</u>	<u>N de elementos</u>
0,880	10

Fuente: SPSS V25

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
1. Los colaboradores de la agencia de aduanas que brindan el servicio les genera confianza.	19,27	21,478	0,660	0,865
2. La agencia de aduanas cumple con los tiempos establecidos.	18,96	20,551	0,618	0,869
3. Los colaboradores de la agencia de aduanas atienden o responden de manera oportuna y expedita.	18,94	20,996	0,645	0,866
4. Los colaboradores de la agencia de aduanas cuentan siempre con la debida disposición para resolver sus dudas e inquietudes.	19,10	19,840	0,838	0,850
5. Al contratar nuestros servicios de agenciamiento de aduanas se siente seguro con el servicio brindado.	19,08	21,823	0,635	0,867
6. Percibe que los colaboradores de la agencia de aduanas son competitivos cuando brindan sus servicios.	18,98	20,872	0,742	0,858
7. Los colaboradores de la agencia de aduanas muestran interés cuando plantea sus inquietudes.	19,44	22,890	0,488	0,877

8. Los colaboradores de la agencia de aduanas siempre los atienden con cortesía y educación.	19,48	23,319	0,428	0,880
9. Considera que la infraestructura de la agencia de aduanas se encuentra en buen estado.	18,92	22,078	0,528	0,874
10. La seguridad al interior de la agencia de aduanas es segura.	18,90	22,436	0,494	0,877

Fuente: SPSS V25

El coeficiente de fiabilidad de Alfa de Cronbach para la variable calidad de servicio es de 0,880 lo cual indica que el instrumento tiene una confiabilidad muy alta.

V2: Satisfacción del cliente

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,879	10

Fuente: SPSS V25

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
1. La agencia de aduanas les brinda el servicio que usted espera.	25,04	55,785	0,786	0,856
2. Considera que los colaboradores de la agencia de aduanas conocen sus interés y necesidades.	24,96	56,934	0,753	0,859

3. Considera que la agencia de aduanas viene mejorando la calidad del servicio que ofrece.	24,85	56,766	0,667	0,863
4. El servicio virtual ofrecido por la agencia de aduanas es bueno en comparación con otras agencias del rubro.	24,63	57,303	0,571	0,870
5. La calidad de servicio es consecuente con las tarifas brindadas.	24,46	54,041	0,722	0,858
6. Ha contado con problemas o inconvenientes con los servicios brindados por la agencia de aduanas.	23,98	61,638	0,194	0,909
7. Estoy seguro (a) que sí contrato los servicios de la agencia de aduanas IJM LOGISTIC SAC no tendré problemas o inconvenientes con los tramites de importación.	25,13	59,644	0,590	0,870
8. La agencia de aduanas es innovadora y tiene proyección a futuro.	24,83	60,525	0,485	0,876
9. Los colaboradores de la agencia de aduanas son claros con la explicación o informaciones dadas.	24,40	51,946	0,783	0,853

10. Los colaboradores de la agencia de aduanas cuentan con conocimientos y capacidades para desarrollar de buena forma los servicios que necesita.	24,48	52,978	0,757	0,855
--	-------	--------	-------	-------

Fuente: SPSS V25

El coeficiente de fiabilidad de Alfa de Cronbach para la variable calidad de servicio es de ,879 lo cual indica que el instrumento tiene una confiabilidad muy alta.

3.6 Aspectos Éticos

En el presente trabajo de investigación se respetará el código de ética de la FCARRHH, así también como de la USMP. Asimismo, esto en base a los aspectos éticos como son: la búsqueda de la verdad, el respeto a la persona humana, integridad, cumplimiento de compromiso y Honestidad.

- **El respeto a la persona humana**
 - **La propiedad intelectual:** Derecho autor, se citará de manera adecuada las fuentes que se hayan considera para el presente estudio, empleando las citas en automático todo conforme a los requisitos establecidos por la universidad.
 - Cabe mencionar que se cuenta con el consentimiento informado del caso de estudio y los encuestados (clientes de la agencia de aduana IJM Logistic SAC), para la realización del presente trabajo de investigación.
- **Búsqueda de la verdad**
 - Como menciona La Universidad San Martin de Porres (USMP): veritas liberabit vos. (La verdad nos hará libres). La presente investigación tiene la transparencia del caso se contará con datos veraces, como información netamente extraída de nuestros encuestados respetando el punto de vista de cada cliente y/o usuario de acuerdo al caso de investigación.

- **Honestidad, integridad y cumplimiento de compromiso**

- La presente investigación será regido por la honradez manifestada en las acciones tomadas, el respeto por las normas universitarias y legales, así como, la integridad en el obrar.
- Asimismo, se tomará con mucha responsabilidad y honestidad intelectual respetando a los autores que se tomaran como base para captación de información para la presente.

Para finalizar los valores que se tiene como persona es el respeto hacia el prójimo, el cumplimiento efectivo de las funciones, así como la honestidad base de todo para realizar esta investigación.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Resultados de la investigación

En este capítulo se detallan los resultados obtenidos a partir de un cuestionario estructurado que consta de 20 preguntas cerradas, los que se aplicaron a una muestra de clientes habituales de la agencia de aduanas, del municipio de San Miguel, estos resultados se presentan mediante análisis descriptivo de variables y dimensiones, prueba de correlación y prueba de normalidad.

4.1.1 Descripción de la muestra

La muestra estuvo conformada por 48 importadores, quienes frecuentan y/o frecuentaron los servicios de la agencia de aduanas IJM LOGISTIC S.A.C., la encuesta fue realizada de manera virtual, debido a la pandemia que atravesamos hoy en día.

Tabla 4: Genero del Encuestado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Masculino	31	64,6	64,6	64,6
Femenino	17	35,4	35,4	100,0
Total	48	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

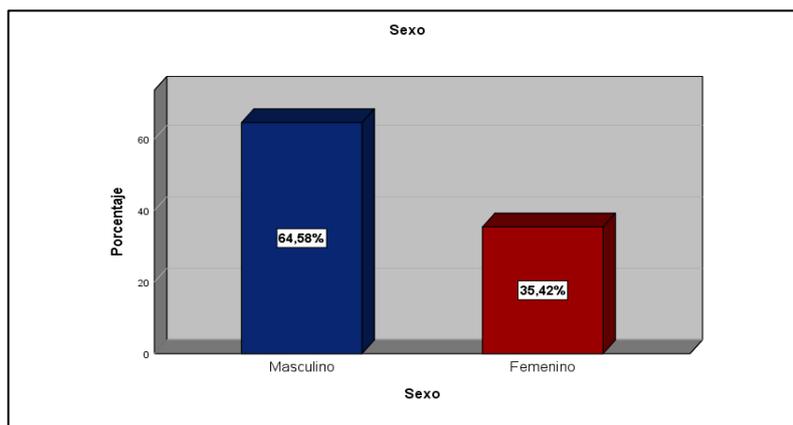


Figura 4: Sexo de los encuestados

Fuente: Elaboración Propia

Del total (100%) de las personas encuestadas, se visualiza que el 64.58% (31) son del sexo masculino y 35.42% (17) representan al sexo femenino, lo que permite concluir entonces que existe una mayor representación de hombres quienes participaron en la encuesta realizada a los importadores de la agencia de aduanas.

Tabla 5: Grupos de Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18 a 29 años	4	8,3	8,3	8,3
	30 a 39 años	9	18,8	18,8	27,1
	40 a 49 años	15	31,3	31,3	58,3
	50 a 59 años	8	16,7	16,7	75,0
	60 años a más	12	25,0	25,0	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

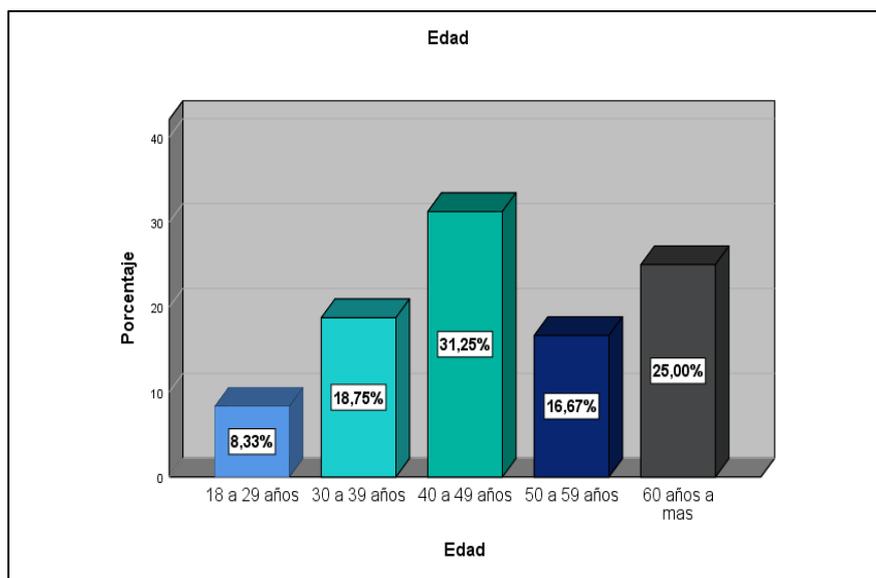


Figura 5: Grupos de Edad

Fuente: Elaboración Propia

Del total (100%) de las personas encuestadas se puede apreciar que el 8.33% (4) encuestados son del rango de 18 a 29 años, el rango 30 a 39 años representan el 18.75% (9), 31.25% (15) encuestados conforman el rango de 40 a 49 años, 16.67% (8) encuestados conforman el rango de 50 a 59 años, finalmente, se tiene el rango de 60 años a más que figura el 25.00%

(12). Asimismo, se concluye que existe una mayor cantidad de importadores que representan el rango entre los 40 a 49 años de edad.

Tabla 6: Clientes de agencia de aduanas IJM LOGISTIC SAC

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	31	64,6	64,6	64,6
	No	17	35,4	35,4	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

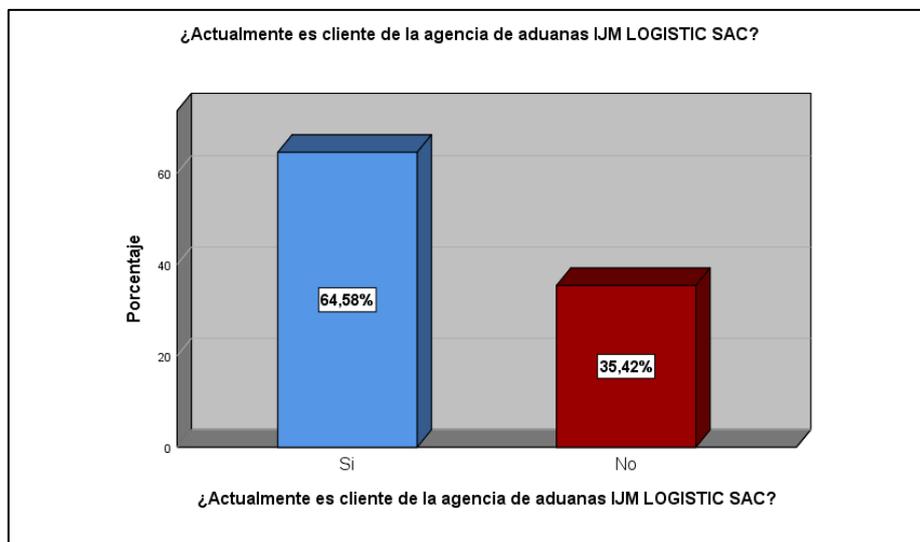


Figura 6: Clientes de agencia de aduanas IJM LOGISTIC SAC

Fuente: Elaboración propia.

Del 100% (48) personas encuestadas, se observó que el 64.58% (31) pertenecen a la lista de clientes de la agencia de aduanas IJM LOGISTIC S.A.C. y 35.42% (17) no pertenece a la lista de clientes de la agencia de aduanas IJM, a lo que se concluye que existe una mayor representación de clientes de la agencia de aduanas quienes participaron en la encuesta.

4.1.2 Análisis exploratorio

4.1.2.1 Análisis exploratorio de la variable: Calidad de servicio

Calidad de Servicio

-Media: 21.23

-Mediana: 21.50

-Varianza: 26.35

-Desviación Estándar: 5.133

-Mínimo: 10.00

-Máximo: 35.00

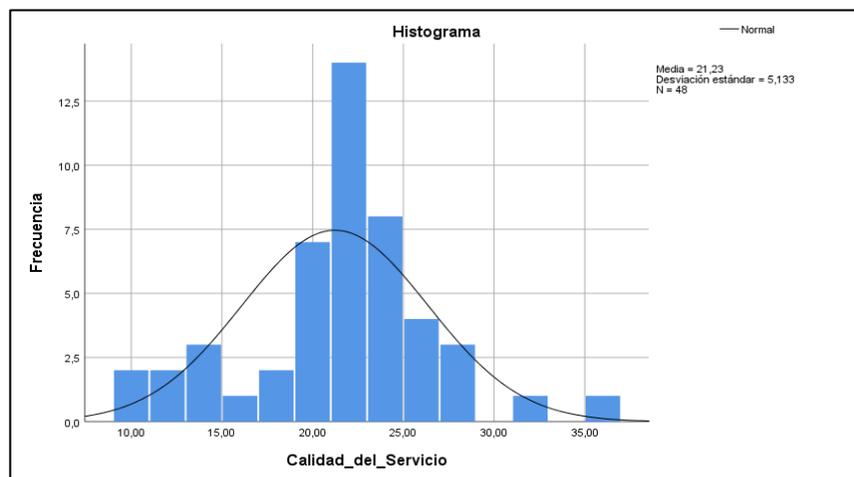


Figura 7: Histograma de la variable Calidad de Servicio

Fuente: Reporte del SPSS V25 para el estudio

De acuerdo a la figura, se puede apreciar que los datos asociados a la variable Calidad de Servicio no estaría siguiendo una distribución normal, con una media de 21.23 donde está la mayor cantidad de datos agrupadas, una desviación estándar de 5.133 con 48 elementos observados.

4.1.2.2 Análisis exploratorio de la variable: Satisfacción del cliente

Satisfacción del Cliente

-Media: 27.41

-Mediana: 28.00

-Varianza: 69.14

-Desviación Estándar: 8.31

-Mínimo: 10.00

-Máximo: 52.00

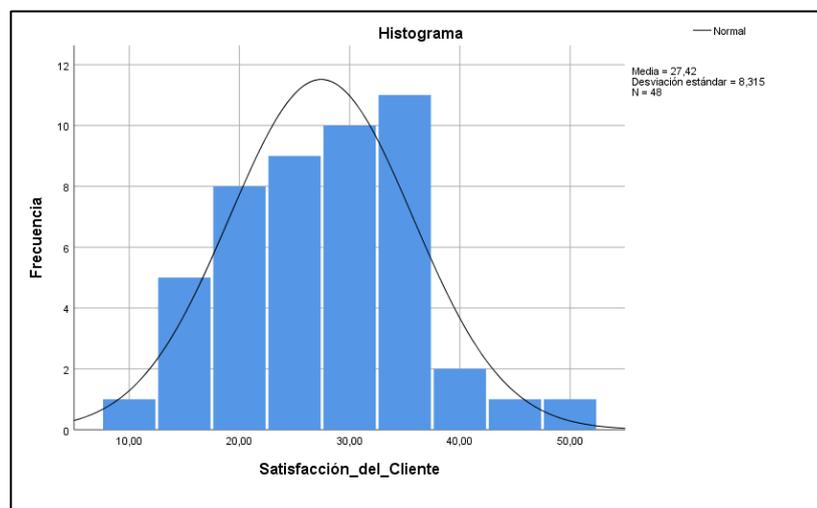


Figura 8: Histograma de la variable Satisfacción del Cliente
Fuente: Reporte del SPSS V25 para el estudio

De acuerdo a la figura, se puede apreciar que los datos asociados a la variable Calidad de Servicio no estarían siguiendo una distribución normal, con una media de 27.42 donde está la mayor cantidad de datos agrupadas, una desviación estándar de 8.315 con 48 elementos observados.

4.1.3 Análisis descriptivo de las variables

Análisis descriptivo de las dimensiones de la variable: Calidad del servicio

Dimensión 1: Confiabilidad

Tabla 7: Los colaboradores de la agencia de aduanas que brindan el servicio les genera confianza.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	11	22,9	22,9	22,9
	De acuerdo	30	62,5	62,5	85,4
	Indeciso	5	10,4	10,4	95,8
	En desacuerdo	2	4,2	4,2	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

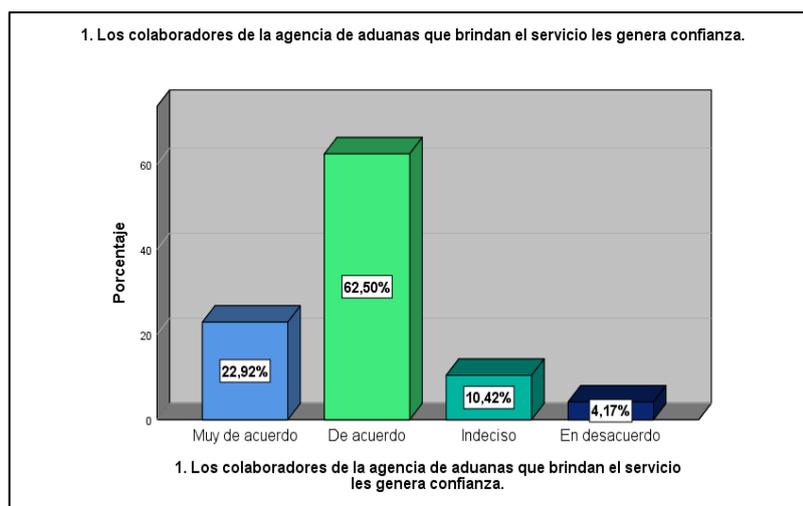


Figura 9: Los colaboradores de la agencia de aduanas que brindan el servicio les genera confianza.

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a la muestra encuestada las cuales fueron 48 importadores, quienes frecuentan y/o frecuentaron los servicios de agenciamiento de aduanas IJM LOGISTIC S.A.C., en la jurisdicción de San Miguel, respecto a la confiabilidad que muestran los importadores frente al personal de la empresa, 22.92% (11) revelaron estar muy de acuerdo; 62.50% (30) afirmaron estar de acuerdo; el 10.42% (5) revelaron estar indecisos; por último, 4.17% (2) personas afirmaron estar en desacuerdo. Lo que concluye que el 85.42% de encuestados

tiene confianza con los servicios brindados por los colaboradores de la agencia de aduanas IJM.

Tabla 8: La agencia de aduanas cumple con los tiempos establecidos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	9	18,8	18,8	18,8
	De acuerdo	22	45,8	45,8	64,6
	Indeciso	12	25,0	25,0	89,6
	En desacuerdo	5	10,4	10,4	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

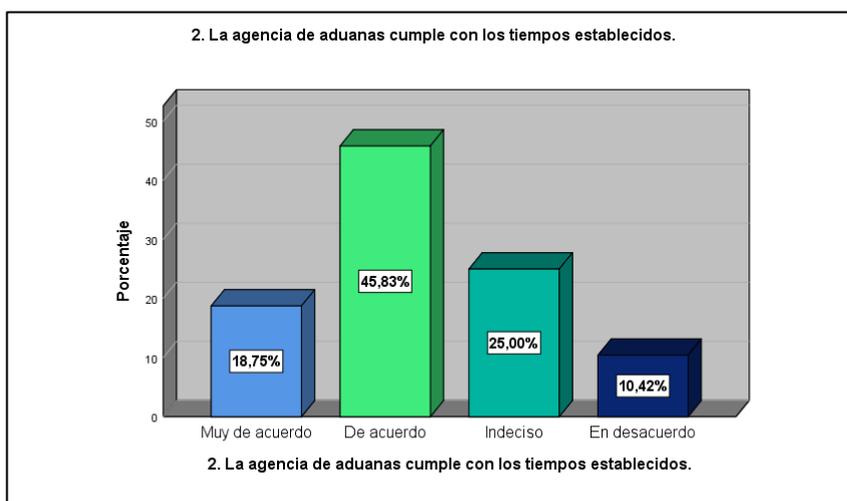


Figura 10: La agencia de aduanas cumple con los tiempos establecidos

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a la muestra encuestada las cuales fueron 48 importadores, quienes frecuentan y/o frecuentaron los servicios de agenciamiento de aduanas IJM LOGISTIC S.A.C., en la jurisdicción de San Miguel, respecto a si la agencia de aduanas cumple con los tiempos establecidos, 18,75 (9) mostraron estar muy de acuerdo; 45,83% (22) afirmaron estar de acuerdo; 25,00% (12) revelaron estar indecisos; por último, 10,42% (5) personas afirmaron estar en desacuerdo. Lo que se concluye que el 64,58% de encuestados indican que la agencia de aduanas cumple con los tiempos establecidos.

Dimensión 2: Capacidad de Respuesta

Tabla 9: Los colaboradores de la agencia de aduanas atienden o responden de manera oportuna y expedita.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Muy de acuerdo	7	14,6	14,6	14,6
De acuerdo	23	47,9	47,9	62,5
Indeciso	15	31,3	31,3	93,8
En desacuerdo	3	6,3	6,3	100,0
Total	48	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

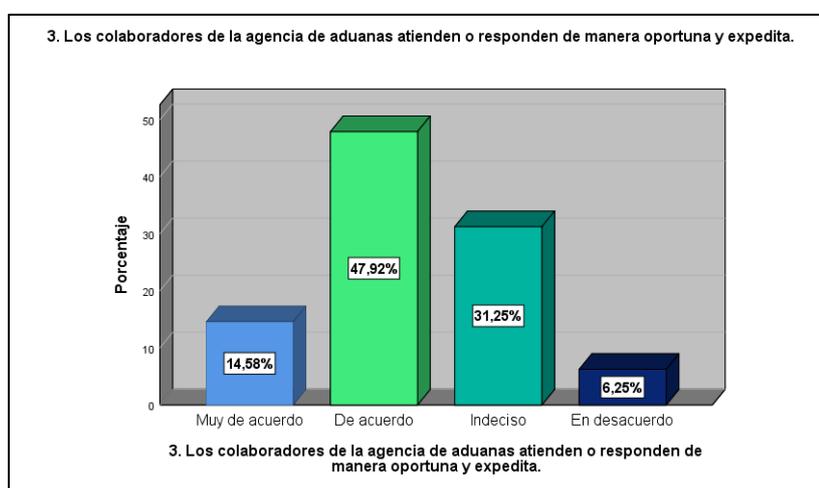


Figura 11: Los colaboradores de la agencia de aduanas atienden o responden de manera oportuna y expedita.

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a la muestra encuestada las cuales fueron 48 importadores, quienes frecuentan y/o frecuentaron los servicios de agenciamiento de aduanas IJM LOGISTIC S.A.C., en la jurisdicción de San Miguel, respecto a si los colaboradores de la agencia de aduanas atienden o responden de manera oportuna y expedita, 14.58% (7) mostraron estar muy de acuerdo; 47.92% (23) afirmaron estar de acuerdo; 31.25% (15) revelaron estar indecisos; por último, 6.25% (3) personas afirmaron estar en desacuerdo. Lo que se concluye que el 62.50% de encuestados indican que los colaboradores de la agencia de aduanas SI atienden o responden de manera oportuna y expedita.

Tabla 10: Los colaboradores de la agencia de aduanas cuentan siempre con la debida disposición para resolver sus dudas e inquietudes.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	10	20,8	20,8	20,8
	De acuerdo	24	50,0	50,0	70,8
	Indeciso	12	25,0	25,0	95,8
	En desacuerdo	2	4,2	4,2	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

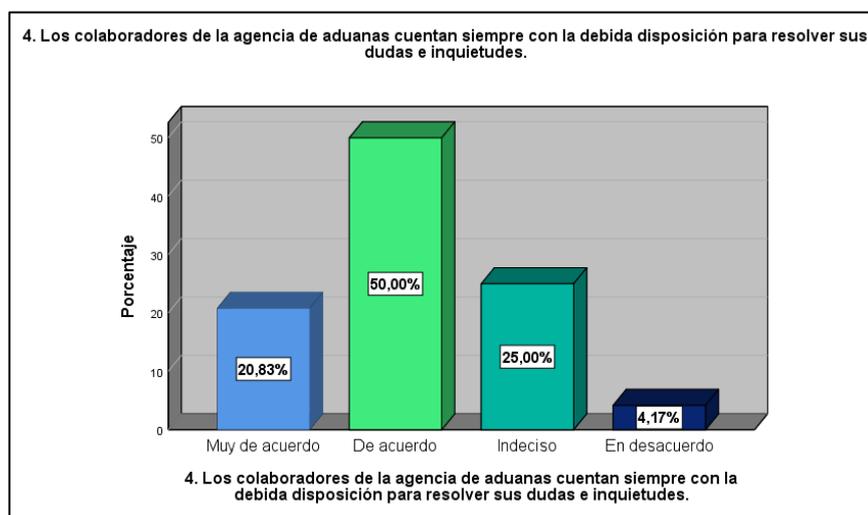


Figura 12: Los colaboradores de la agencia de aduanas cuentan siempre con la debida disposición para resolver sus dudas e inquietudes.

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a la muestra encuestada las cuales fueron 48 importadores, quienes frecuentan y/o frecuentaron los servicios de agenciamiento de aduanas IJM LOGISTIC S.A.C., en la jurisdicción de San Miguel, respecto a si los colaboradores de la agencia de aduanas cuentan siempre con la debida disposición para resolver sus dudas e inquietudes, 20.83% (10) mostraron estar muy de acuerdo; 50.00% (24) afirmaron estar de acuerdo; 25.00% (12) revelaron estar indecisos; por último, 4.17% (2) personas testificaron estar en desacuerdo. Lo que se concluye que el 70.83% de encuestados indican que los colaboradores de la agencia de aduanas SI cuentan siempre con la debida disposición con los clientes.

Dimensión 3: Seguridad

Tabla 11: Al contratar nuestros servicios de agenciamiento de aduanas se siente seguro con el servicio brindado.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	7	14,6	14,6	14,6
	De acuerdo	28	58,3	58,3	72,9
	Indeciso	12	25,0	25,0	97,9
	En desacuerdo	1	2,1	2,1	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

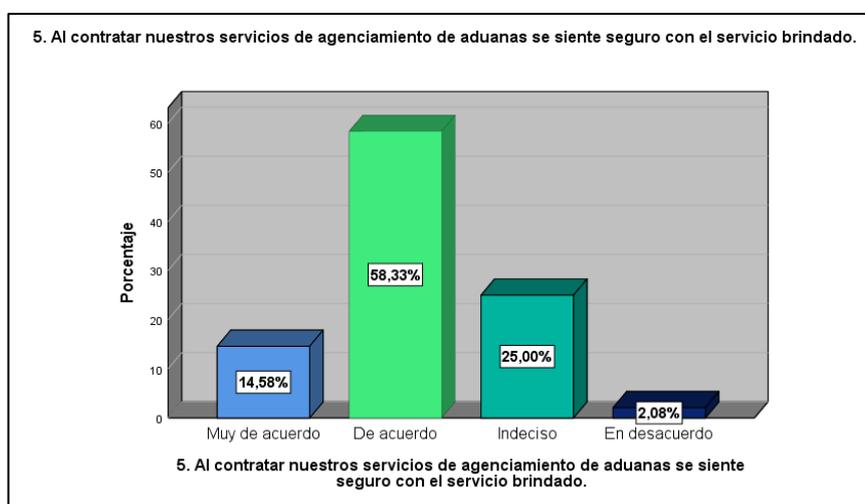


Figura 13: Al contratar nuestros servicios de agenciamiento de aduanas se siente seguro con el servicio brindado.

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a la muestra encuestada las cuales fueron 48 importadores, quienes frecuentan y/o frecuentaron los servicios de agenciamiento de aduanas IJM LOGISTIC S.A.C., en la jurisdicción de San Miguel, respecto a si al contratar nuestros servicios se sienten seguros con el servicio brindado, 14,58% (7) indicaron estar muy de acuerdo; 58,33% (28) afirmaron estar de acuerdo; 25,00% (12) mostraron estar indecisos; por último, 2,08% (1) personas atestiguaron estar en desacuerdo. Lo que se concluye que el 72,91% de encuestados indican que al contratar nuestros servicios SI se sienten seguros con el servicio brindado.

Tabla 12: Percibe que los colaboradores de la agencia de aduanas son competitivos cuando brindan sus servicios.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	7	14,6	14,6	14,6
	De acuerdo	23	47,9	47,9	62,5
	Indeciso	17	35,4	35,4	97,9
	En desacuerdo	1	2,1	2,1	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

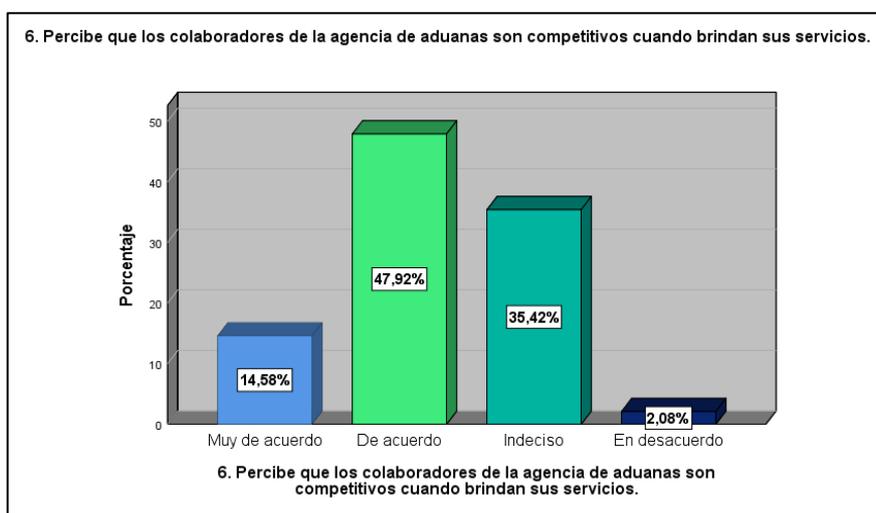


Figura 14: Percibe que los colaboradores de la agencia de aduanas son competitivos cuando brindan sus servicios.

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a la muestra encuestada las cuales fueron 48 importadores, quienes frecuentan y/o frecuentaron los servicios de agenciamiento de aduanas IJM LOGISTIC S.A.C., en la jurisdicción de San Miguel, respecto a si perciben que los colaboradores de la agencia de aduanas son competitivos cuando brindan sus servicios, 14,58% (7) mostraron estar muy de acuerdo; 47,92% (23) afirmaron estar de acuerdo; 35,42% (17) revelaron estar indecisos; por último, 2,08% (1) personas testificaron estar en desacuerdo. A lo que se concluye que el 62,50% de encuestados indican que SI perciben que los colaboradores de la agencia de aduanas son competitivos cuando brindan sus servicios.

Dimensión 4: Empatía

Tabla 13: Los colaboradores de la agencia de aduanas muestran interés cuando plantea sus inquietudes.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Muy de acuerdo	16	33,3	33,3	33,3
De acuerdo	26	54,2	54,2	87,5
Indeciso	6	12,5	12,5	100,0
Total	48	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

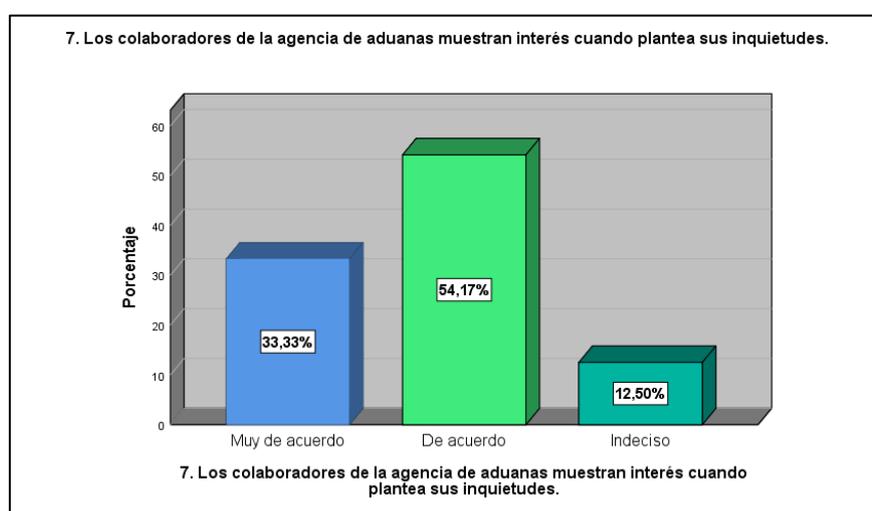


Figura 15: Los colaboradores de la agencia de aduanas muestran interés cuando plantea sus inquietudes

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a la muestra encuestada las cuales fueron 48 importadores, quienes frecuentan y/o frecuentaron los servicios de agenciamiento de aduanas IJM LOGISTIC S.A.C., en la jurisdicción de San Miguel, respecto si los clientes perciben que los colaboradores de la agencia de aduanas muestran interés cuando plantean sus inquietudes, 33.33% (16) mostraron estar muy de acuerdo; 54.17% (26) aseveraron estar de acuerdo; por último, 12.50% (6) personas testificaron estar indecisos. A lo que se concluye que el 87.50% de encuestados indican que SI perciben que los colaboradores de la agencia de aduanas muestran interés cuando plantean sus inquietudes.

Tabla 14: Los colaboradores de la agencia de aduanas siempre los atienden con cortesía y educación.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	17	35,4	35,4	35,4
	De acuerdo	26	54,2	54,2	89,6
	Indeciso	5	10,4	10,4	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

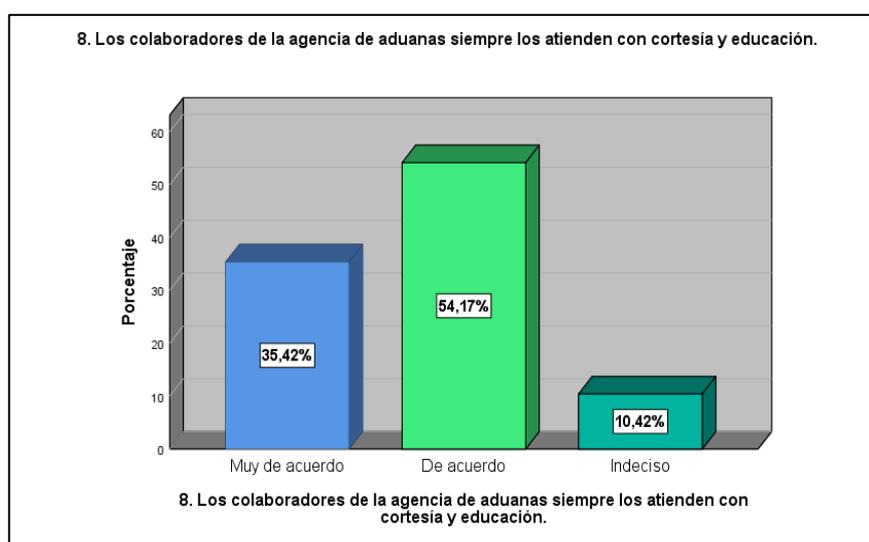


Figura 16: Los colaboradores de la agencia de aduanas siempre los atienden con cortesía y educación.

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a la muestra encuestada las cuales fueron 48 importadores, quienes frecuentan y/o frecuentaron los servicios de agenciamiento de aduanas IJM LOGISTIC S.A.C., en la jurisdicción de San Miguel, respecto si los colaboradores de la agencia de aduanas siempre los atienden con cortesía y educación, 35.42% (17) mostraron estar muy de acuerdo; 54.17% (26) aseveraron estar de acuerdo; por último, 10.42% (5) personas indicaron estar indecisos. A lo que se concluye que el 89.59% de encuestados indican que SI, los colaboradores de la agencia de aduanas siempre los atienden con cortesía y educación.

Dimensión 5: Aspectos Tangibles

Tabla 15: Considera que la infraestructura de la agencia de aduanas se encuentra en buen estado.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Muy de acuerdo	8	16,7	16,7	16,7
De acuerdo	17	35,4	35,4	52,1
Indeciso	23	47,9	47,9	100,0
Total	48	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

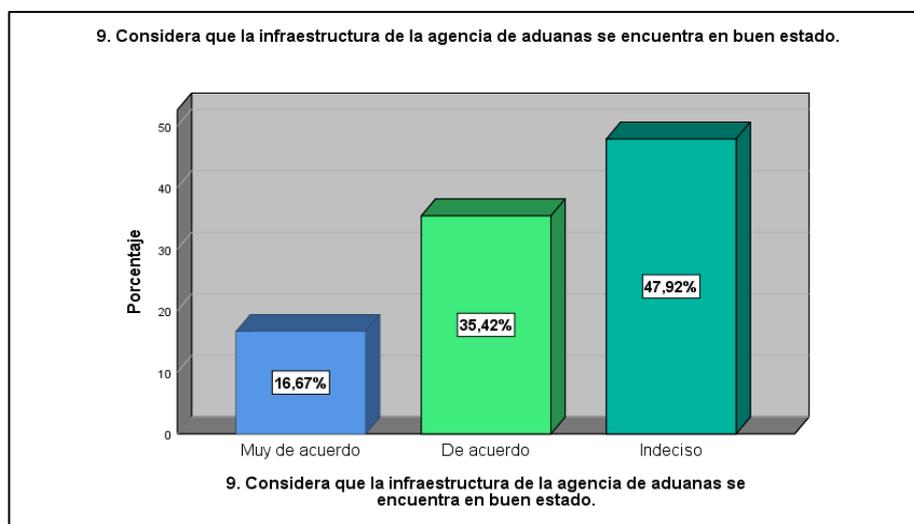


Figura 17: Considera que la infraestructura de la agencia de aduanas se encuentra en buen estado.

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a la muestra encuestada las cuales fueron 48 importadores, quienes frecuentan y/o frecuentaron los servicios de agenciamiento de aduanas IJM LOGISTIC S.A.C., en la jurisdicción de San Miguel, respecto si consideran que la infraestructura de la agencia de aduanas se encuentra en buen estado, 16.67% (8) mostraron estar muy de acuerdo; 35.42% (17) afirmaron estar de acuerdo; por último, 47.92% (23) personas aseveraron estar indecisos. En conclusión, el 52.09% de encuestados indican que la infraestructura de la agencia de aduanas se encuentra en buen estado.

Tabla 16: La seguridad al interior de la agencia de aduanas es segura.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	7	14,6	14,6	14,6
	De acuerdo	18	37,5	37,5	52,1
	Indeciso	23	47,9	47,9	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

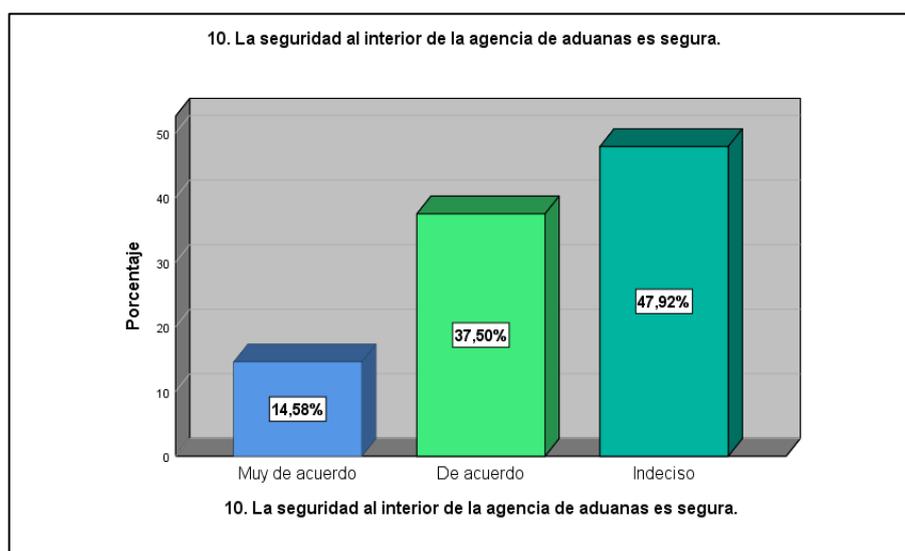


Figura 18: La seguridad al interior de la agencia de aduanas es segura

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a la muestra encuestada las cuales fueron 48 importadores, quienes frecuentan y/o frecuentaron los servicios de agenciamiento de aduanas IJM LOGISTIC S.A.C., en la jurisdicción de San Miguel, respecto si la seguridad al interior de la agencia de aduanas es segura, 14.58% (7) mostraron estar muy de acuerdo; 37.50% (18) afirmaron estar de acuerdo; por último, 47.92% (23) personas aseveraron estar indecisos. En conclusión, el 52.08% de encuestados indican que la seguridad al interior de la agencia de aduanas es segura.

Análisis descriptivo de las dimensiones de la variable Satisfacción del cliente

Dimensión 1: Calidad Funcional Percibida

Tabla 17: La agencia de aduanas les brinda el servicio que usted espera.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	8	16,7	16,7	16,7
	De acuerdo	21	43,8	43,8	60,4
	Algo de acuerdo	16	33,3	33,3	93,8
	Algo en desacuerdo	2	4,2	4,2	97,9
	En desacuerdo	1	2,1	2,1	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

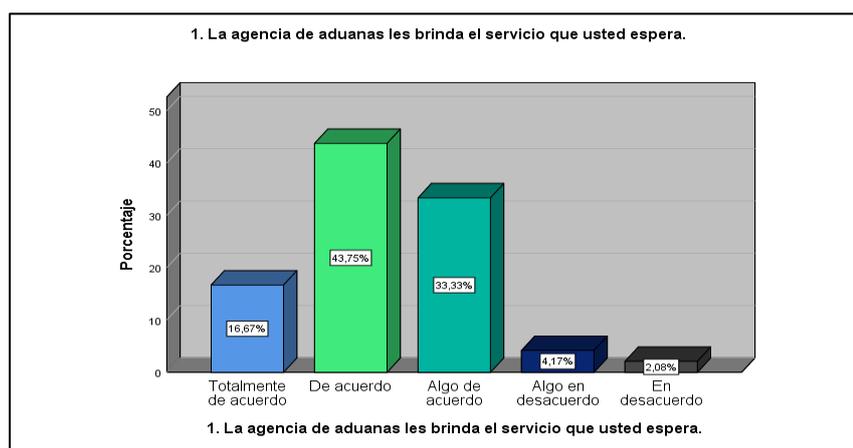


Figura 19: La agencia de aduanas les brinda el servicio que usted espera

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a la muestra encuestada las cuales fueron 48 importadores, quienes frecuentan y/o frecuentaron los servicios de agenciamiento de aduanas IJM LOGISTIC S.A.C., en la jurisdicción de San Miguel, respecto si la agencia de aduanas les brinda el servicio que usted espera, 16.70% (8) mostraron estar totalmente de acuerdo, 43.80% (21) afirmaron estar de acuerdo, 33.30% (16) revelaron estar algo de acuerdo, 4.20% (2) indicaron estar algo en desacuerdo; por último, 2.10% (1) persona afirmo estar en desacuerdo. En conclusión, el

60.50% de encuestados indicaron estar de acuerdo que la agencia de aduanas les brinda el servicio que ellos esperaban.

Tabla 18: Considera que los colaboradores de la agencia de aduanas conocen sus interés y necesidades.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	5	10,4	10,4	10,4
	De acuerdo	23	47,9	47,9	58,3
	Algo de acuerdo	17	35,4	35,4	93,8
	Algo en desacuerdo	2	4,2	4,2	97,9
	En desacuerdo	1	2,1	2,1	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

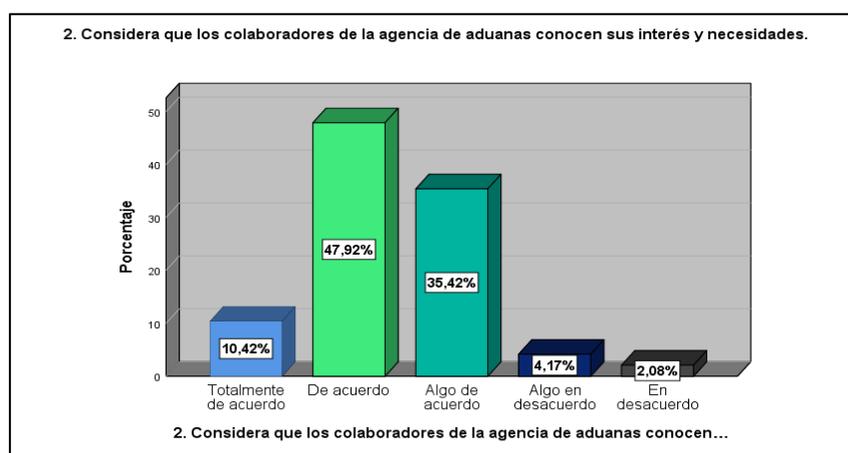


Figura 20: Considera que los colaboradores de la agencia de aduanas conocen sus interés y necesidades.

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a la muestra encuestada las cuales fueron 48 importadores, quienes frecuentan y/o frecuentaron los servicios de agenciamiento de aduanas IJM LOGISTIC S.A.C., en la jurisdicción de San Miguel, respecto si considera que los colaboradores de la agencia de aduanas conocen sus intereses y necesidades, 10.40% (5) indicaron estar totalmente de acuerdo, 47.90% (23) aseguraron estar de acuerdo, 35.40% (17) indicaron estar algo de acuerdo, 4.20% (2) indicaron estar algo en desacuerdo; por último, 2.10% (1) persona afirmo

estar en desacuerdo. En conclusión, el 58.34% de encuestados indicaron que los colaboradores de la agencia de aduanas si conocen sus interés y necesidades.

Dimensión 2: Calidad Técnica Percibida

Tabla 19: Considera que la agencia de aduanas viene mejorando la calidad del servicio que ofrece.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	5	10,4	10,4	10,4
	De acuerdo	25	52,1	52,1	62,5
	Algo de acuerdo	7	14,6	14,6	77,1
	Indiferente	9	18,8	18,8	95,8
	Algo en desacuerdo	1	2,1	2,1	97,9
	En desacuerdo	1	2,1	2,1	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

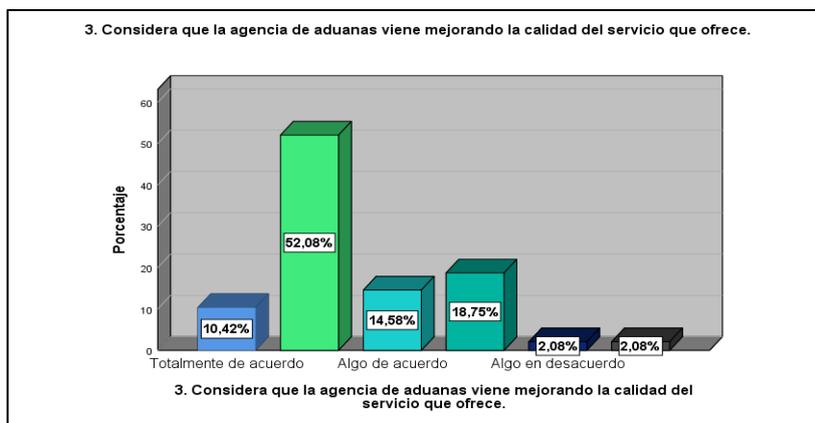


Figura 21: Considera que la agencia de aduanas viene mejorando la calidad del servicio que ofrece.

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a la muestra encuestada las cuales fueron 48 importadores, quienes frecuentan y/o frecuentaron los servicios de agenciamiento de aduanas IJM LOGISTIC S.A.C., en la jurisdicción de San Miguel, respecto si considera que la agencia de aduanas viene mejorando la calidad de servicio que ofrece, 10.42% (5) indicaron estar totalmente de acuerdo, 52.08% (25) aseguraron estar de acuerdo, 14.58% (7) indicaron estar algo de acuerdo, 18.75% (9) indicaron sentirse indiferentes, 2.08% (1) indicó estar algo en desacuerdo; por último, 2.08%

(1) persona afirmo estar en desacuerdo. En conclusión, el 62.50% de encuestados indicaron que consideran que la agencia de aduanas viene mejorando la calidad del servicio que ofrece.

Tabla 20: El servicio virtual ofrecido por la agencia de aduanas es bueno en comparación con otras agencias del rubro.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	5	10,4	10,4	10,4
	De acuerdo	19	39,6	39,6	50,0
	Algo de acuerdo	10	20,8	20,8	70,8
	Indiferente	10	20,8	20,8	91,7
	Algo en desacuerdo	3	6,3	6,3	97,9
	En desacuerdo	1	2,1	2,1	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

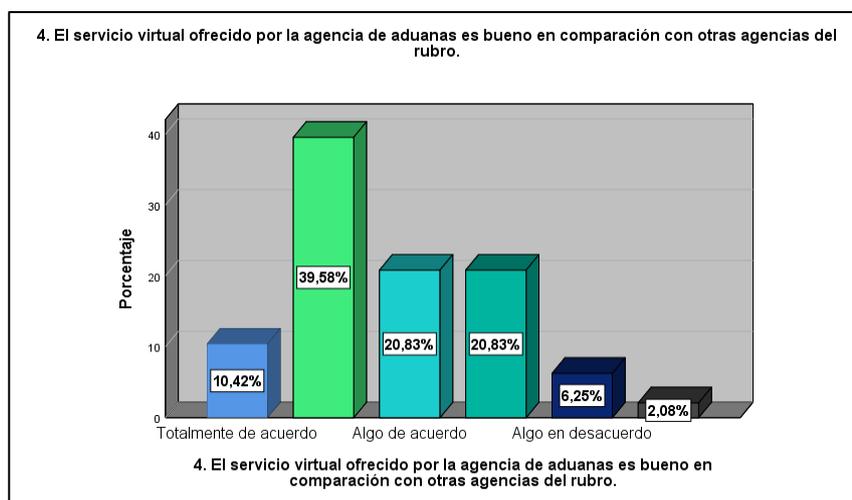


Figura 22: El servicio virtual ofrecido por la agencia de aduanas es bueno en comparación con otras agencias del rubro.

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a la muestra encuestada las cuales fueron 48 importadores, quienes frecuentan y/o frecuentaron los servicios de agenciamiento de aduanas IJM LOGISTIC S.A.C., en la jurisdicción de San Miguel, respecto si el servicio virtual ofrecido por la agencia de aduanas es bueno en comparación con otras agencias del rubro, 10.42% (5) indicaron estar totalmente de acuerdo, 39.58% (19) aseguraron estar de acuerdo, 20.83% (10) indicaron estar algo de

acuerdo, 20.83% (10) indicaron sentirse indiferentes, 6.25% (3) indicaron estar algo en desacuerdo; por último, 2.08% (1) persona afirmó estar en desacuerdo. En conclusión, el 50% de encuestados indicaron que el servicio virtual ofrecido por la agencia de aduanas es bueno en comparación con otras agencias del rubro.

Dimensión 3: Valor Percibido

Tabla 21: La calidad de servicio es consecuente con las tarifas brindadas.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente de acuerdo	3	6,3	6,3	6,3
De acuerdo	18	37,5	37,5	43,8
Algo de acuerdo	16	33,3	33,3	77,1
Indiferente	1	2,1	2,1	79,2
Algo en desacuerdo	9	18,8	18,8	97,9
En desacuerdo	1	2,1	2,1	100,0
Total	48	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

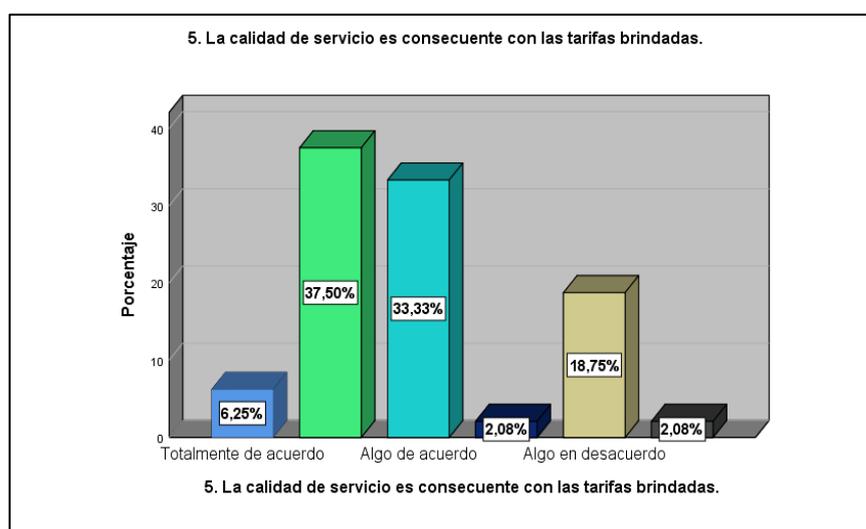


Figura 23: La calidad de servicio es consecuente con las tarifas brindadas

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a la muestra encuestada las cuales fueron 48 importadores, quienes frecuentan y/o frecuentaron los servicios de agenciamiento de aduanas IJM LOGISTIC S.A.C., en la jurisdicción de San Miguel, respecto si la calidad de servicio es consecuente con las tarifas

brindadas, 6.25% (3) indicaron estar totalmente de acuerdo, 37.50% (18) aseguraron estar de acuerdo, 33.33% (16) indicaron estar algo de acuerdo, 2.08% (1) indico sentirse indiferente, 18.75% (9) indicaron estar algo en desacuerdo; por último, 2.08% (1) afirmo estar en desacuerdo. En conclusión, el 43.75% de encuestados indicaron que la calidad de servicio es consecuente con las tarifas brindadas.

Tabla 22: Ha contado con problemas o inconvenientes con los servicios brindados por la agencia de aduanas.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente de acuerdo	3	6,3	6,3	6,3
De acuerdo	14	29,2	29,2	35,4
Algo de acuerdo	14	29,2	29,2	64,6
Indiferente	1	2,1	2,1	66,7
Algo en desacuerdo	8	16,7	16,7	83,3
En desacuerdo	8	16,7	16,7	100,0
Total	48	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

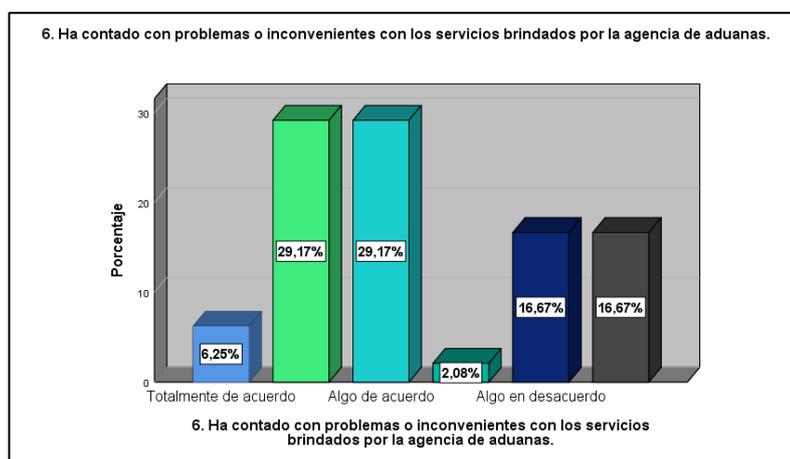


Figura 24: Ha contado con problemas o inconvenientes con los servicios brindados por la agencia de aduanas.

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a la muestra encuestada las cuales fueron 48 importadores, quienes frecuentan y/o frecuentaron los servicios de agenciamiento de aduanas IJM LOGISTIC S.A.C., en la

jurisdicción de San Miguel, respecto si ha contado con problemas o inconvenientes con los servicios brindados por la agencia de aduanas, 6.25% (3) indicaron estar totalmente de acuerdo, 29.17% (14) aseguraron estar de acuerdo, 29.17% (14) indicaron estar algo de acuerdo, 2.08% (1) indico sentirse indiferente, 16.67% (8) indicaron estar algo en desacuerdo; por último, 16.67% (8) afirmaron estar en desacuerdo. En conclusión, el 35.42% de encuestados indicaron que si han contado con problemas o inconvenientes con los servicios brindados por la agencia de aduanas.

Dimensión 4: Confianza

Tabla 23: Estoy seguro (a) que si contrato los servicios de la agencia de aduanas IJM LOGISTIC SAC no tendré problemas o inconvenientes con los tramites de importación.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	9	18,8	18,8	18,8
	De acuerdo	22	45,8	45,8	64,6
	Algo de acuerdo	12	25,0	25,0	89,6
	Indiferente	4	8,3	8,3	97,9
	Algo en desacuerdo	1	2,1	2,1	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

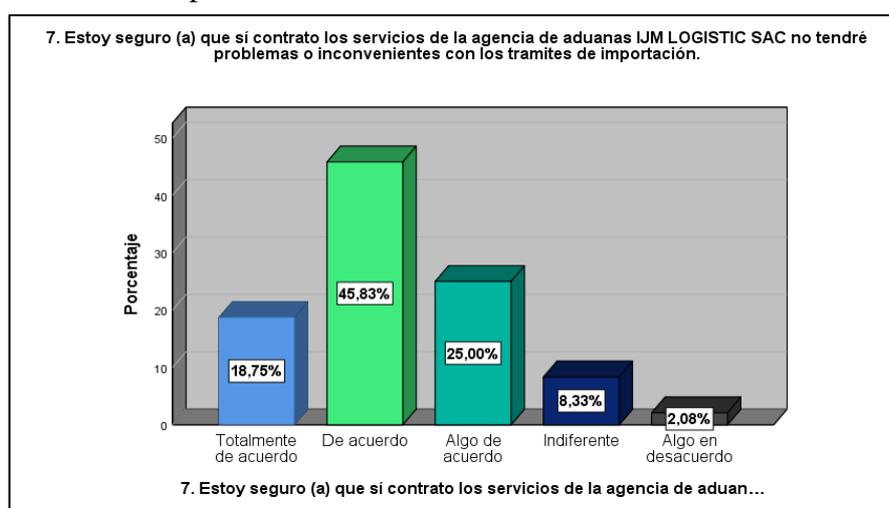


Figura 25: Estoy seguro (a) que sí contrato los servicios de la agencia de aduanas IJM LOGISTIC SAC no tendré problemas o inconvenientes con los tramites de importación
Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a la muestra encuestada las cuales fueron 48 importadores, quienes frecuentan y/o frecuentaron los servicios de agenciamiento de aduanas IJM LOGISTIC S.A.C., en la jurisdicción de San Miguel, respecto si está seguro (a) que si contrata los servicios de la agencia de aduanas no tendrá problemas o inconvenientes con los tramites de importación , 18.75% (9) indicaron estar totalmente de acuerdo, 45.83% (22) aseguraron estar de acuerdo, 25.00% (12) indicaron estar algo de acuerdo, 8.33% (4) indico sentirse indiferente; por último, 2.08% (1) afirmo estar algo en desacuerdo. En conclusión, el 64.58% de encuestados indicaron que si están seguros (as) que si contratan los servicios de la agencia de aduanas no tendrá problemas o inconvenientes con los tramites de importación.

Tabla 24: La agencia de aduanas es innovadora y tiene proyección a futuro.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente de acuerdo	6	12,5	12,5	12,5
De acuerdo	20	41,7	41,7	54,2
Algo de acuerdo	10	20,8	20,8	75,0
Indiferente	12	25,0	25,0	100,0
Total	48	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

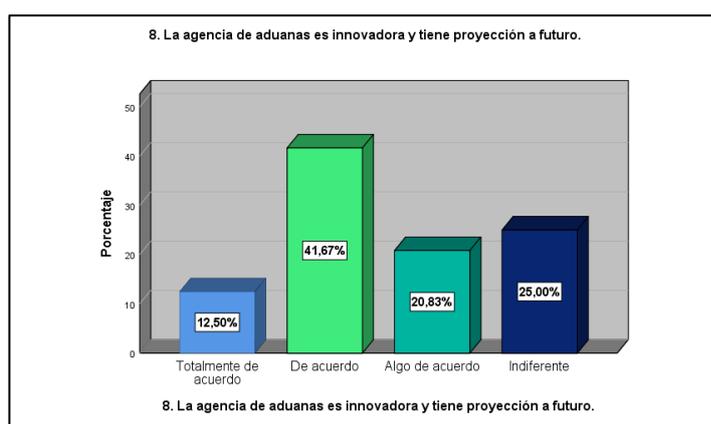


Figura 26: La agencia de aduanas es innovadora y tiene proyección a futuro.

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a la muestra encuestada las cuales fueron 48 importadores, quienes frecuentan y/o frecuentaron los servicios de agenciamiento de aduanas IJM LOGISTIC S.A.C., en la

jurisdicción de San Miguel, respecto si la agencia de aduanas es innovadora y tiene proyección a futuro, 12.50% (6) indicaron estar totalmente de acuerdo, 41.67% (20) aseguraron estar de acuerdo, 20.83% (10) indicaron estar algo de acuerdo; por último, 25.00% (12) indico sentirse indiferente. En conclusión, que el 54.17% de encuestados consideran que la agencia de aduanas es innovadora y tiene proyección a futuro.

Dimensión 5: Expectativas

Tabla 25: Los colaboradores de la agencia de aduanas son claros con la explicación o informaciones dadas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	6	12,5	12,5	12,5
	De acuerdo	12	25,0	25,0	37,5
	Algo de acuerdo	17	35,4	35,4	72,9
	Indiferente	2	4,2	4,2	77,1
	Algo en desacuerdo	10	20,8	20,8	97,9
	En desacuerdo	1	2,1	2,1	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

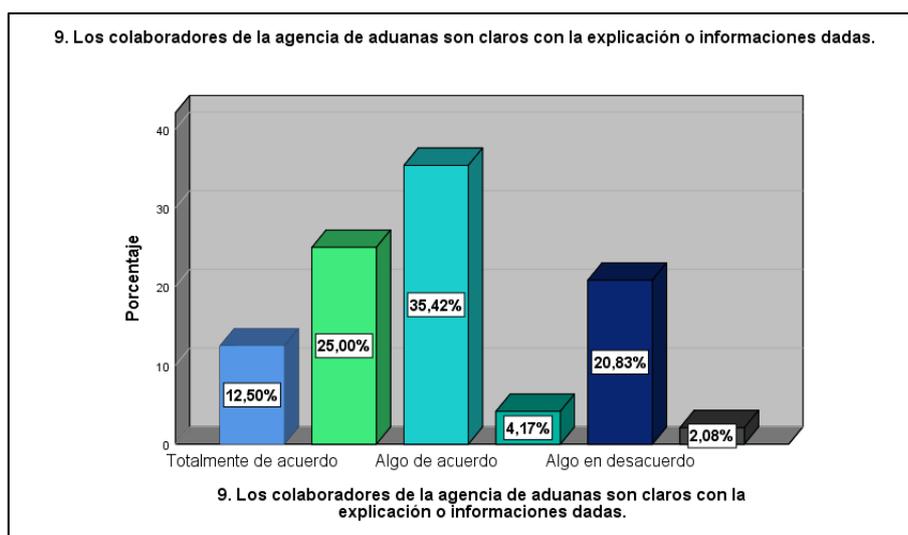


Figura 27: Los colaboradores de la agencia de aduanas son claros con la explicación o informaciones dadas.

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a la muestra encuestada las cuales fueron 48 importadores, quienes frecuentan y/o frecuentaron los servicios de agenciamiento de aduanas IJM LOGISTIC S.A.C., en la jurisdicción de San Miguel, respecto si los colaboradores de la agencia de aduanas son claros con la explicación o informaciones dadas, 12.50% (6) indicaron estar totalmente de acuerdo, 25% (12) aseguraron estar de acuerdo, 35.42% (17) indicaron estar algo de acuerdo, 4.17% (2) indicaron sentirse indiferentes, 20.83% (10) indicaron estar algo en desacuerdo; por último, 2.08% (1) afirmo estar en desacuerdo. Se puede concluir, que el 37.50% de encuestados indicaron que los colaboradores de la agencia de aduanas son claros con la explicación o informaciones dadas.

Tabla 26: Los colaboradores de la agencia de aduanas cuentan con conocimientos y capacidades para desarrollar de buena forma los servicios que necesita.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	8	16,7	16,7	16,7
	De acuerdo	10	20,8	20,8	37,5
	Algo de acuerdo	14	29,2	29,2	66,7
	Indiferente	10	20,8	20,8	87,5
	Algo en desacuerdo	5	10,4	10,4	97,9
	En desacuerdo	1	2,1	2,1	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

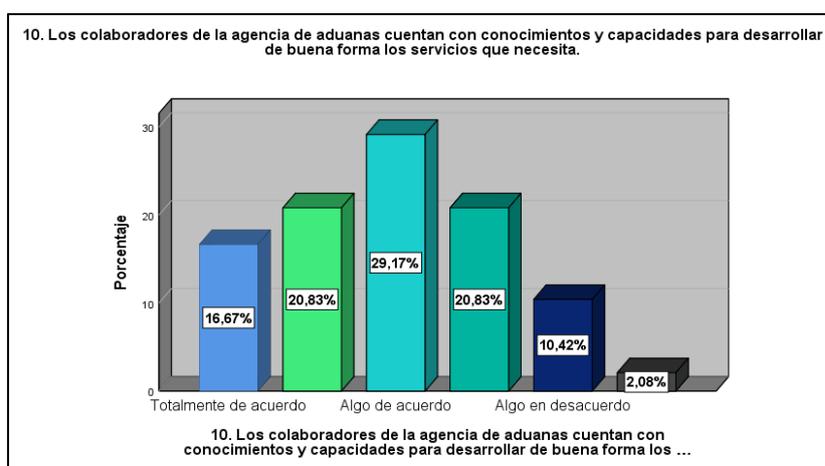


Figura 28: Los colaboradores de la agencia de aduanas cuentan con conocimientos y capacidades para desarrollar de buena forma los servicios que necesita.

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a la muestra encuestada las cuales fueron 48 importadores, quienes frecuentan y/o frecuentaron los servicios de agenciamiento de aduanas IJM LOGISTIC S.A.C., en la jurisdicción de San Miguel, respecto si los colaboradores de la agencia de aduanas cuentan con conocimientos y capacidades para desarrollar de buena forma los servicios que necesita, 16.67% (8) indicaron estar totalmente de acuerdo, 20.83% (10) aseguraron estar de acuerdo, 29.17% (14) indicaron estar algo de acuerdo, 20.83% (10) indicaron sentirse indiferentes, 10.42% (5) indicaron estar algo en desacuerdo; por último, 2.08% (1) afirmo estar en desacuerdo. Se puede concluir, que el 37.50% de encuestados indicaron que los colaboradores de la agencia de aduanas cuentan con conocimientos y capacidades para desarrollar de buena forma los servicios que necesitan.

4.1.4. Contrastación de las hipótesis

4.1.4.1. Prueba de normalidad de las variables

Como $n > 50$ entonces se utiliza la prueba de Kolmogórov-Smirnov.

Hipótesis:

- Ho: Los datos siguen una distribución normal.
- H1: Los datos no siguen una distribución normal.

Criterio de Decisión:

- $p\text{-valor} > 0.05$ (5%) – No se rechaza la Ho, por lo tanto, la aceptamos.
- $p\text{-valor} < 0.05$ (5%) – Se rechaza la Ho, por lo tanto, aceptamos la H1.

Variable 1: Calidad de Servicio

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Calidad_del_Servicio	0.176	48	0.001	0.952	48	0.048
a. Corrección de significación de Lilliefors						

Figura 29: Pruebas de normalidad de la variable Calidad de Servicio.

Fuente: Reporte del SPSS V25 para el estudio.

Calidad del Servicio --> Sig. = 0.048 < 0.05, por lo tanto, los datos de la variable Calidad del Servicio no sigue una distribución normal.

Variable 2: Satisfacción del Cliente

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Satisfacción_del_Cliente	0.120	48	0.082	0.975	48	0.386
a. Corrección de significación de Lilliefors						

Figura 30: Pruebas de normalidad de la variable Satisfacción del cliente

Fuente: Reporte del SPSS V25 para el estudio.

Satisfacción del Cliente --> Sig. = 0.386 > 0.05, por lo tanto, los datos de la variable Satisfacción al cliente sigue una distribución normal.

Dimensiones de la variable Calidad del servicio.

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Confiabilidad	0.209	48	0.000	0.903	48	0.001
Capacidad_de_respuesta	0.193	48	0.000	0.931	48	0.007
Seguridad	0.248	48	0.000	0.899	48	0.001
Empatía	0.251	48	0.000	0.848	48	0.000
Aspectos_tangibles	0.228	48	0.000	0.818	48	0.000
a. Corrección de significación de Lilliefors						

Figura 31: Pruebas de normalidad de las dimensiones de Calidad del servicio.

Fuente: Reporte del SPSS V25 para el estudio.

- Confiabilidad --> Sig. = 0.001 < 0.05, por lo tanto, los datos de la variable Confiabilidad no sigue una distribución normal.
- Capacidad de respuesta --> Sig. = 0.007 < 0.05, por lo tanto, los datos de la variable Capacidad de respuesta no sigue una distribución normal.
- Seguridad --> Sig. = 0.001 < 0.05, por lo tanto, los datos de la variable Seguridad no sigue una distribución normal.
- Empatía --> Sig. = 0.000 < 0.05, por lo tanto, los datos de la variable Empatía no sigue una distribución normal.
- Aspectos Tangibles --> Sig. = 0.000 < 0.05, por lo tanto, los datos de la variable Aspectos Tangibles no sigue una distribución normal.

4.1.4.2. Prueba de Correlación

- **Ho:** No existe una relación significativa entre la variable X con la variable Y.
- **H1:** Existe una relación significativa entre la variable X con la variable Y.

Nivel de Significancia (α): 0.05 (5%) --- p-valor / p-value

Criterio de Decisión:

- p-valor > 0.05 (5%) – No se rechaza la Ho, por lo tanto, la aceptamos.
- p-valor < 0.05 (5%) – Se rechaza la Ho, por lo tanto, aceptamos la H1

Subtítulo derivado del objetivo o Hipótesis Principal

- **Ho:** No existe una relación directa entre la Calidad de Servicio y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019.
- **H1:** Existe una relación directa entre la Calidad de Servicio y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019.

Tabla 27: Correlaciones Calidad de servicio y Satisfacción del cliente

			Calidad del Servicio	Satisfacción del Cliente
Rho de Spearman	Calidad del Servicio	Coeficiente de correlación	1,000	0,795**
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	48	48
	Satisfacción del Cliente	Coeficiente de correlación	0,795**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	48	48

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

Sig.=0.00 < 0.05, Se rechaza la Ho, por lo tanto, aceptamos la H1.

Por conclusión:

Existe una relación directa entre la Calidad de Servicio y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019.

Subtítulo derivado del objetivo o Hipótesis Derivada 1

- **Ho:** No existe una relación directa entre la Confiabilidad y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019.
- **H1:** Existe una relación directa entre la Confiabilidad y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019.

Tabla 28: Correlaciones Confiabilidad y Satisfacción del cliente

			Confiabilidad	Satisfacción del Cliente
Rho de Spearman	Confiabilidad	Coefficiente de correlación	1,000	0,571**
		Sig. (bilateral)	.	0,000
	N	48	48	
	Satisfacción del Cliente	Coefficiente de correlación	0,571**	1,000
Sig. (bilateral)		0,000	.	
N		48	48	

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

Sig.=0.00 < 0.05, Se rechaza la Ho, por lo tanto, aceptamos la H1.

Por conclusión:

Existe una relación directa entre la Confiabilidad y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019.

Subtítulo derivado del objetivo o Hipótesis Derivada 2

- **Ho:** No existe una relación directa entre la Capacidad de respuesta y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019.
- **H1:** Existe una relación directa entre la Capacidad de respuesta y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019.

Tabla 29: Correlaciones Capacidad de respuesta y Satisfacción del cliente

			Capacidad de respuesta	Satisfacción del Cliente
Rho de Spearman	Capacidad de respuesta	Coeficiente de correlación	1,000	0,712**
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	48	48
	Satisfacción del Cliente	Coeficiente de correlación	0,712**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	48	48

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

Sig.=0.00 < 0.05, Se rechaza la Ho, por lo tanto, aceptamos la H1.

Por conclusión:

Existe una relación directa entre la Capacidad de respuesta y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019.

Subtítulo derivado del objetivo o Hipótesis Derivada 3

- **Ho:** No existe una relación directa entre la Seguridad y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019.
- **H1:** Existe una relación directa entre la Seguridad y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019.

Tabla 30: Correlaciones Seguridad y Satisfacción del cliente

			Seguridad	Satisfacción del Cliente
Rho de Spearman	Seguridad	Coeficiente de correlación	1,000	0,624**
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	48	48
	Satisfacción del Cliente	Coeficiente de correlación	0,624**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	48	48

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

Sig.=0.00 < 0.05, Se rechaza la Ho, por lo tanto, aceptamos la H1.

Por conclusión:

Existe una relación directa entre la Seguridad y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019.

Subtítulo derivado del objetivo o Hipótesis Derivada 4

- **Ho:** No existe una relación directa entre la Empatía y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019.
- **H1:** Existe una relación directa entre la Empatía y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019.

Tabla 31: Correlaciones Empatía y Satisfacción del cliente

			Empatía	Satisfacción del Cliente
Rho de Spearman	Empatía	Coefficiente de correlación	1,000	0,425**
		Sig. (bilateral)	.	0,003
		N	48	48
	Satisfacción del Cliente	Coefficiente de correlación	0,425**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,003	.
		N	48	48

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

Sig.=0.00 < 0.05, Se rechaza la Ho, por lo tanto, aceptamos la H1.

Por conclusión:

Existe una relación directa entre la Empatía y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019.

Subtítulo derivado del objetivo o Hipótesis Derivada 5

- **Ho:** No existe una relación directa entre los Aspectos Tangibles y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019.
- **H1:** Existe una relación directa entre los Aspectos tangibles y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019.

Tabla 32: Correlaciones Aspectos Tangibles y Satisfacción del cliente

			Aspectos Tangibles	Satisfacción del Cliente
Rho de Spearman	Aspectos Tangibles	Coefficiente de correlación	1,000	0,715**
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	48	48
	Satisfacción del Cliente	Coefficiente de correlación	0,715**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	48	48

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

Sig.=0.00 < 0.05, Se rechaza la Ho, por lo tanto, aceptamos la H1.

Por conclusión:

Existe una relación directa entre los Aspectos tangibles y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

5.1 Discusión de resultados

En este capítulo se presenta la discusión de los resultados del análisis realizado a la agencia de aduanas IJM Logistic S.A.C. en la jurisdicción de San Miguel durante el periodo de 2019, a 48 clientes importadores regulares y/u ocasionales del servicio de aduanas, para tal efecto se explica la discusión de los resultados en rubros que incluyen: hipótesis principal (objetivos principales) e hipótesis derivadas (objetivos derivados) formadas durante esta investigación.

5.1.1 Contrastación de resultados

Hipótesis Específica 1: Existe una relación directa entre la Confiabilidad y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019.

Tabla 33

Hipótesis Específica 1: Sustento Teórico – Sustento Personal

SUSTENTACIÓN TEÓRICO	SUSTENTO PERSONAL
(Zeithaml & Bitner, 2010) argumenta que, la confiabilidad o fiabilidad es la capacidad para desempeñar el servicio prometido con formalidad y exactitud. Significa brindar el servicio en forma correcta desde el primer momento. Aquí se incluyen todos los elementos para permitirle al cliente detectar la capacidad y conocimientos profesionales de la organización. En su sentido más amplio, la confiabilidad significa el cumplimiento de las promesas por parte de la empresa, lo conveniente acerca de la entrega, la prestación del servicio, la	Existe una relación directa entre la confiabilidad y la satisfacción del cliente, dado que la confiabilidad dentro del marco empresarial es generar fiabilidad entre los colaboradores de la empresa u organización y los clientes para así con ello dar la seguridad al usuario que al tomar nuestro servicio se cumplirá lo prometido. Indiscutiblemente, la confiabilidad generará lazos importantes para llevar a cabo los procesos de logística en base a las necesidades del cliente y/o usuario. Cabe resaltar, que la confiabilidad conlleva a que

solución de problemas y los precios. Los clientes desean hacer negocios con las organizaciones cuando cumplen sus promesas, particularmente las relacionadas con los atributos del servicio básico.

(Chaile, 2016) argumenta que, la confiabilidad es la seguridad que el cliente tiene en los beneficios de una determinada marca, producto o servicio. Se gana con cada exposición y cada uso de un producto o servicio. Su base radica en su reputación, imagen y experiencias pasadas.

los colaboradores de la organización muestren que sus competencias y habilidades dentro de la empresa serán plasmadas para brindar un buen servicio, teniendo como resultado que el cliente le genere confianza al contar con los servicios prestados. Así también un motivo importante para generar confianza al momento de contratar un servicio, es que todo lo estipulado al iniciar una contratación sea cumplido al pie de la letra hasta finalizar el proceso en el tiempo estipulado.

A partir de la tabla 33, se aprecia que el autor respalda la hipótesis derivada 1, tal es el caso que existe una relación directa entre la confiabilidad y la satisfacción del cliente, ya que afirma que la confiabilidad que genere la empresa frente al usuario tendrá como resultado mayor la satisfacción al cliente.

Finalmente, la discusión de resultados es favorable, dado que el autor mencionado anteriormente, respalda la hipótesis comprobada dentro de la investigación.

Hipótesis Específica 2: Existe una relación directa entre la Capacidad de respuesta y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019.

Tabla 34

Hipótesis Específica 2: Sustento Teórico – Sustento Personal

SUSTENTACIÓN TEÓRICO	SUSTENTO PERSONAL
<p>(Zeithaml & Bitner, 2010) argumenta que, la capacidad de respuesta o responsabilidad se define como la disponibilidad para ayudar a los clientes y para proveer el servicio con prontitud. Bajo este contexto, la responsabilidad es la voluntad de colaborar con los clientes atendiendo sus solicitudes en el menor tiempo posible. Donde destaca la atención y la capacidad de respuesta frente a las solicitudes, las preguntas, las reclamaciones y los problemas de los clientes.</p> <p>(Cortes, 2021) argumenta que, la capacidad de respuesta se define como la disposición que tiene una empresa para ayudar a los Clientes y proporcionarles un servicio excelente. De manera que, la capacidad de respuesta de una empresa tiene que ser ágil porque los clientes están esperando una respuesta rápida y precisa, a lo cual han transmitido con anterioridad.</p>	<p>Existe una relación directa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente, ya que la capacidad de respuesta dentro de una empresa u organización demuestra al cliente que rápida y eficiente se responderá a las dudas o problemas en el transcurso del proceso logístico, la cual tiene un impacto directo en reducción de costos y aumentos en la satisfacción de los clientes. Por esta razón, la capacidad de respuesta le demuestra al cliente que nos importa a lo que conlleva que los colaboradores de la empresa u organización respondan las inquietudes del cliente de manera oportuna, expedita y siempre con la disponibilidad cuando estos tengan la necesidad de ser atendida. Para finalizar, la capacidad de respuesta desde la perspectiva de cada cliente será interpretada de diferentes maneras, pero siempre se debe procurar que dicha perspectiva sea positiva.</p>

A partir de la tabla 34, se aprecia que el autor respalda la hipótesis derivada 2, tal es el caso que existe una relación directa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente, ya que afirma que *la capacidad de respuesta de manera rápida y eficiente generara mayor satisfacción al cliente.*

Finalmente, la discusión de resultados es favorable, dado que el autor mencionado anteriormente, respalda la hipótesis comprobada dentro de la investigación.

Hipótesis Específica 3: Existe una relación directa entre la Seguridad y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019.

Tabla 35

Hipótesis Específica 3: Sustento Teórico – Sustento Personal

SUSTENTACIÓN TEÓRICO	SUSTENTO PERSONAL
<p>(Zeithaml & Bitner, 2010) argumenta que, la seguridad es donde el cliente coloca en manos de la organización sus problemas y siente la certeza de que serán resueltos de la mejor manera posible. La seguridad implica integridad, honestidad y confiabilidad. Esta dimensión puede ser particularmente importante para los servicios en los que los clientes se consideran de alto riesgo o en los que no están seguros de su capacidad para evaluar los resultados. En este caso, las pruebas físicas como títulos profesionales, premios, reconocimientos y certificados especiales pueden dar a los nuevos clientes la seguridad de un determinado proveedor de servicios profesionales.</p>	<p>Existe una relación directa entre la seguridad y la satisfacción del cliente, en donde la seguridad que muestra una empresa se da brindando la confianza al usuario que los intereses y necesidades serán también parte de la organización. Por esta razón, la seguridad que muestra la empresa será demostrando que se cuenta con el personal idóneo y capacitado constantemente, para resolver los problemas a tiempo, así como, para entregar el producto en las mejores condiciones. Cabe indicar, que la magnitud de responsabilidad que cuenta la empresa frente al marco aduanal que cuenta las agencias de aduanas por el valor de carga y tipo de producto, el cliente busca estar muy seguro del servicio que se le está ofreciendo y el personal capacitado que cuenta la organización para tomar la decisión final.</p>

A partir de la tabla 35, se aprecia que el autor respalda la hipótesis derivada 3, tal es el caso que existe una relación directa entre la seguridad y la satisfacción del cliente, ya que afirma que *la seguridad dentro de una empresa u organización generará una mayor satisfacción del cliente, dado la confianza que se les genere.*

Finalmente, la discusión de resultados es favorable, dado que el autor mencionado anteriormente, respalda la hipótesis comprobada dentro de la investigación.

Hipótesis Específica 4: Existe una relación directa entre la Empatía y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019.

Tabla 36

Hipótesis Específica 4: Sustento Teórico – Sustento Personal

SUSTENTACIÓN TEÓRICO	SUSTENTO PERSONAL
<p>(Zeithaml & Bitner, 2010) argumenta que, la empatía se define como la atención cuidadosa e individualizada donde la organización les brinda y transmite a sus clientes un servicio personalizado o adecuado y le genera la idea de ser únicos y especiales. Por lo tanto, los clientes quieren sentirse comprendidos e importantes por la empresa que les presta el servicio. Dónde, la organización cuando se conduce bajo esta dimensión requiere desarrollar un fuerte compromiso con el cliente, conociendo al detalle sus características y sus especiales requerimientos.</p>	<p>Existe una relación directa entre la empatía y la satisfacción del cliente, donde la empatía es uno de los puntos claves que hacen que un cliente se sienta satisfecho con lo ofrecido al momento de contar los servicios en un agenciamiento de aduana, esto se debe, a que los colaboradores de la organización deben hacer sentir al cliente que son escuchados, comprendidos y sobre todo respetados. De igual importancia, la empatía es hacer a un cliente más leal a la empresa, de tal modo, seamos la primera opción para contratar los servicios de agenciamiento de aduana o nacionalización de carga. Dentro de lo explicado, los</p>
<p>(Questionpro, 2022) argumenta que, la empatía en el servicio al cliente es una herramienta poderosa para una empresa u organización. Donde, la empatía es administrarla en el momento adecuado, comprender las necesidades del cliente, y encaminarlo hacia la satisfacción del producto o servicio. Cabe resaltar, que la empatía es construir una relación, hacerlos sentir escuchados, capacidad de interactuar con las personas, comprendidos y</p>	<p>colabores de la empresa deben tener siempre dos conceptos importantes al brindar los servicios al cliente: Demostrar que sus preocupaciones son comprendidas, mostrar interés cuando el cliente plantea sus inquietudes y atender siempre sus solicitudes con cortesía y educación. Para finalizar, se demuestra que para reflejar empatía con el cliente se debe escuchar de manera activa, asimismo se debe mantener</p>

respetados. Además de reconocer sus preocupaciones y ofrecer una experiencia positiva y ganarse su lealtad.	siempre un control cuando un cliente comete errores dentro del proceso logístico y no culparlo directamente, si no tratar de buscar una solución frente al problema.
---	--

A partir de la tabla 36, se aprecia que el autor respalda la hipótesis derivada 4, tal es el caso que existe una relación directa entre la empatía y la satisfacción del cliente, ya que afirma que *la empatía dentro de una empresa u organización genera una mayor satisfacción al cliente, al respetar y atender con amabilidad las dudas, inquietudes y necesidades del usuario.*

Finalmente, la discusión de resultados es favorable, dado que el autor mencionado anteriormente, respalda la hipótesis comprobada dentro de la investigación.

Hipótesis Específica 5: Existe una relación directa entre los Aspectos tangibles y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019.

Tabla 37

Hipótesis Específica 5: Sustento Teórico – Sustento Personal

SUSTENTACIÓN TEÓRICO	SUSTENTO PERSONAL
(Zeithaml & Bitner, 2010) argumenta que, los aspectos tangibles son la parte visible de la oferta del servicio. Los aspectos tangibles se definen como la apariencia física, el equipo, los colaboradores de la empresa y los materiales de comunicación. Todos transmiten imágenes realistas y representaciones físicas del servicio que los clientes, especialmente los nuevos, utilizarán para juzgar la calidad. Por lo	La relación entre los aspectos tangibles y la satisfacción del cliente, recae en la mejor infraestructura, equipos modernos, plataformas, etc. Que se brinde al cliente para causar confianza y un valor agregado frente a la competencia. Por tal motivo, los aspectos tangibles como los inmuebles, tecnología, equipos y la oficina donde se deslizan los colaboradores de la empresa u organización para brindar los servicios,

general, las empresas de agenciamiento de aduanas utilizan imágenes tangibles para mejorar la imagen, brindar continuidad e indicar calidad a los clientes, la mayoría de las empresas combinan materiales tangibles con otras para crear una estrategia de calidad. Las organizaciones que no valoran la invisibilidad en su estrategia comercial pueden socavar e incluso destruir otras estrategias para mejorar la calidad del servicio.

deben estar en buenas condiciones para demostrar al cliente una primera impresión. Se considera que, dentro de los aspectos tangibles, la infraestructura de una agencia de aduanas es un punto importante dentro de las opciones que los clientes toman en consideración para contratar un servicio, ya que debe demostrar seguridad dentro y fuera de la empresa, para resguardar la carga y documentos privados de índole importante. Para concluir, los aspectos tangibles generan ventajas frente a la competencia, ya que aquella organización que posee procesos operativos excelentes, brindará un mayor valor a sus clientes.

A partir de la tabla N.º 37, se aprecia que el autor respalda la hipótesis derivada 5, tal es el caso que existe una relación directa entre la confiabilidad y la satisfacción del cliente, ya que afirma que *los aspectos tangibles como la tecnología, buena infraestructura y la seguridad de la empresa generará mayor satisfacción al cliente.*

Finalmente, la discusión de resultados es favorable, dado que el autor mencionado anteriormente, respalda la hipótesis comprobada dentro de la investigación.

Hipótesis Principal: Existe una relación directa entre la Calidad de Servicio y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019.

Tabla 38

Hipótesis Principal: Sustento Teórico – Sustento Personal

SUSTENTACIÓN TEÓRICO	SUSTENTO PERSONAL
Gotlieb et al. (1994) La satisfacción es una consecuencia del desempeño de la calidad del servicio, lo cual ha sido comprobado	La relación directa que existe entre las variables: Calidad de servicio y la Satisfacción del cliente, los puntos

empíricamente, por tanto, la calidad se enmarca en una valoración específica de creencias y experiencias, mientras que la satisfacción del corazón se enmarca como una valoración general de dicha estructura. (p.241).

(AEC, 2019) mantiene que la satisfacción del cliente es la base del sistema de gestión de la calidad. Los clientes necesitan productos y servicios que satisfagan sus necesidades y expectativas. Los requisitos del cliente pueden ser especificados contractualmente por el cliente o pueden ser autodeterminados por la organización, pero, en cualquier caso, es finalmente el cliente el que determina la aceptabilidad del producto.

importantes para brindar una calidad de servicio al cliente, es demostrar al usuario, la seguridad de que se brindará un servicio de calidad y con los mejores colaboradores al contratar los servicios.

Por lo tanto, la calidad de servicio, es estar siempre con la disponibilidad de resolver sus dudas e inquietudes del cliente desde el inicio y fin del proceso logístico hasta la entrega de la carga, brindar seguridad al cliente que el servicio adquirido en la agencia de aduanas será cumplido en los tiempos y plazos pactados, los colaboradores de la empresa deben atender a los clientes con amabilidad, respeto y empatía en todo momento y hacerlo sentir que tomamos con responsabilidad nuestra labor. En definitivas, las organizaciones serán más competitivas hacia otras si esta sabe captar todo el conjunto de valores agregados que puede brindar a un cliente, para ser más atractivos en la toma de decisión, ya que los clientes no solo buscan buenas tarifas si no un mejor servicio.

A partir de la tabla 38, se aprecia que el autor respalda la hipótesis derivada 6, tal es el caso que existe una relación directa entre la confiabilidad y la satisfacción del cliente, ya que afirma que *la calidad de servicio dentro de una empresa u organización debe ser eficiente y eficaz para generar con ello una mayor satisfacción de los clientes.*

Finalmente, la discusión de resultados es favorable, dado que el autor mencionado anteriormente, respalda la hipótesis comprobada dentro de la investigación.

CONCLUSIONES

- El servicio brindado por la empresa de agenciamiento de aduanas IJM Logistic S.A.C. demuestra confianza a sus clientes; las expectativas de los clientes son altas, no obstante, luego de recibir el servicio, su percepción del mismo es moderada, la empresa suele ofrecer sus servicios en el tiempo establecido, los colaboradores de la empresa se interesan en resolver las dudas y problemas del cliente, donde la agencia está interesada en brindar un buen servicio.
- La agencia de aduanas del caso de estudio, tiene una buena capacidad de respuesta a los servicios que presta; A pesar de las altas expectativas, las percepciones del servicio son iguales, la agencia de aduanas están interesadas en informar a los clientes de cualquier cambio de horario o ajuste en el transcurso de la carga, los colaboradores de la empresa atienden con prontitud y rapidez a los clientes, mostrando interés en ayudar a los usuarios y responder las consultas existentes en el momento adecuado.
- La garantía o seguridad del servicio que brinda la agencia de aduanas a sus clientes, cuentan con altas expectativas, sin embargo, la conciencia de seguridad por parte de los usuarios encuestados es moderada, el comportamiento del personal aduanero genera confianza, por ejemplo, los clientes se sientan seguros con el servicio brindado, porque el personal trata a los clientes con cortesía y amabilidad, lo que agrega valor al servicio brindado.
- Por empatía en el servicio, la agencia de aduanas cumple con las expectativas de los clientes (son altas) ya que brinda una atención personalizada y un horario conveniente que deleita a los clientes. La prioridad de la agencia de aduanas es atender los intereses de los clientes y escuchar sus necesidades.
- En aspectos tangibles, la agencia de aduanas IJM Logistic S.A.C. no satisface plenamente las expectativas de los clientes al servicio brindado, mientras que las expectativas son altas, las percepciones son inciertas debido a las instalaciones deficientes, falta de equipos modernos para los procesos logísticos para brindar un servicio adecuado.
- En conclusión, las variables calidad de servicio y la satisfacción del cliente tienen una relación significativa, de acuerdo a los clientes encuestados se puede concluir que a mayor calidad de servicio cumpliendo con las dimensiones mencionadas líneas arriba dentro de la agencia de aduanas de estudio, mayor será la satisfacción de los clientes de la organización.

RECOMENDACIONES

- Se sugiere a la agencia de aduanas IJM Logistic S.A.C. en la jurisdicción de San Miguel, capacitar a sus colaboradores del área administrativos y operativos en cursos continuos que potencie sus competencias. Continuar manteniendo la misma atención de siempre y atender las necesidades de los clientes que no están satisfechos, y no confían plenamente en los servicios de la empresa, que por tal motivo no continúan contando con los servicios ofrecidos por la agencia de aduanas.
- Se recomienda a la agencia de aduanas IJM Logistic S.A.C. en el distrito de San Miguel, capacitar a sus colaboradores en cursos orientados a la optimización de la gestión de procesos y la mejora continua, lo que permitirá a los trabajadores buscar siempre formas de mejorar su servicio y atención a los importadores en la resolución de problemas en su negocio.
- Se recomienda a la agencia de aduanas IJM Logistic S.A.C. en el distrito de San Miguel, concientizar a su personal para continuar brindando un buen servicio al cliente, desde el momento en que un cliente inicia el proceso de Logística/ aduanas del servicio hasta su finalización.
- Se recomienda a la agencia de aduanas IJM Logistic S.A.C. en el distrito de San Miguel, sensibilizar a sus colaboradores para mejorar el trato seguro y amable, lo cual será consecuencia de la capacitación que se brinde a los empleados, así mismo, los trabajadores deberán demostrar profesionalidad y tratar de comprender las necesidades del cliente.
- Se recomienda a la agencia de aduanas IJM Logistic S.A.C. en el distrito de San Miguel, analizar la posibilidad de mejorar aspectos físicos como equipos e instalaciones modernas donde se desarrollen los procesos logísticos de la empresa, salas de espera, áreas de recepción, así como incentivar a los empleados a mejorar su apariencia, como su ropa de trabajo, para que transmitan una buena imagen a los clientes y a la empresa.
- Se recomienda a la agencia de aduanas IJM Logistic S.A.C., implementar programas de motivación y capacitación a los colaboradores de la empresa, para lograr que sus esfuerzos se dirijan a mejorar la calidad del servicio al cliente, lo que se traduce en las capacidades y competencias de cada colaborador, beneficiando así a la organización y al cliente, en general.

REFERENCIAS

- AEC. (2019). Satisfacción del cliente. *Asociación Española para la Calidad*. Obtenido de <https://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/satisfaccion-del-cliente>
- Aniorte, N. (28 de Octubre de 2020). Servicios de calidad. *Aniorte*. Obtenido de http://www.aniorte-nic.net/apunt_gest_serv_sanit_4.htm#:~:text=Caracter%C3%ADsticas%20del%20servicio%20de%20calidad,ser%20adecuado%20para%20el%20uso.
- Bernal Torres, C. (2006). *Metodología de la investigación: Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales* (3a. ed.). Ciudad de México: Pearson Educación. Obtenido de <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Bertram, D. (2008). *Likert Scales... are the meaning of life*. Obtenido de <http://poincare.matf.bg.ac.rs/~kristina/topic-dane-likert.pdf>
- Brunetta, H. (2019). *La experiencia del cliente* (1a. ed.). (G. Planeta, Ed.) Ciudad autónoma de Buenos Aires, Argentina: Paidós. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=FSKzDwAAQBAJ&pg=PT12&dq=Una+experiencia+est%C3%A1ndar+para+el+cliente+ya+no+es+suficientes&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjO3Zy44q7wAhUfr5UCHQbeAZIQuwUwAHoECAQQBw#v=onepage&q=Una%20experiencia%20est%C3%A1ndar%20para%20el%20>
- Chaile, L. (21 de Noviembre de 2016). ¿Cómo darle confiabilidad a cada cliente? *El Insignia*. Obtenido de <https://elinsignia.com/2016/11/21/darle-confiabilidad-cliente/>
- Cortes, D. (9 de Enero de 2021). Capacidad de respuesta en Experiencia de Cliente. *Sagicc*. Obtenido de <https://www.sagicc.co/en/capacidad-de-respuesta-en-experiencia-de-cliente/>
- Cubillos Rodríguez, M. C., & Rozo Rodríguez, D. (2009). El concepto de calidad: Historia, evolución e importancia para la competencia. (V. A. Salle, Ed.) *Revista de la Universidad de La Salle*, 2009(48). doi:<https://doi.org/10.19052/0120-6877>
- De La Cruz Curay, T. A. (2018). *Calidad del E-Servicio de la Agencia de Aduanas Antares y la satisfacción de sus clientes - San Isidro, 2018*. Lima. Obtenido de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/23292>
- Demestre, I. V. (2010). La confidencialidad en el procedimiento de mediación. *IDP. Revista de Internet, Derecho y Política*(11), 1-10. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/788/78817024004.pdf>
- Editorial Vertice. (2008). *La calidad en el servicio al cliente* (2a. ed.). Madrid, España: Editorial Vertice. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=M5yGtQ5m4yAC&printsec=frontcover&dq=calidad+de+servicio&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwipzKeah67wAhWfDrkGHZvgCl4QuwUwAnoECAMQBg#v=onepage&q=calidad%20de%20servicio&f=false>

- Estrada, M. P. (2019). La protección de los datos personales en el registro de dispositivos de almacenamiento masivo de información. (R. B. Penal, Ed.) *Revista Brasileira de Direito Processual Penal*, 5(3), 1297-1330. doi:<https://doi.org/10.22197/rbdpp.v5i3.253>
- Fincosmer Training & Consulting. (2021). Análisis estadístico con SPSS 24. *Fincosmer T&C*. Obtenido de <https://fcm.thinkific.com/courses/spss-24>
- Gotlieb, J., Grewal, D., & Brown, S. (1994). *Consumer Satisfaction and Perceived Quality: Complementary or Divergent Constructs?* (Vol. 79). New York, USA. doi:<https://doi.org/10.1037/0021-9010.79.6.875>
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C., & Pilar Baptista, L. (2014). *Metodología de la investigación* (6a. ed.). (S. d. Interamericana Editores, Ed.) Ciudad de México, México D.F.: McGraw-Hill . Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Kotler, P. (1997). *Mercadotecnia*. México: Prentice-Hall.
- Matsumoto, R. (Octubre de 2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *Revista Perspectivas*(34). Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332014000200005#:~:text=El%20Modelo%20Servqual%2C%20mide%20la,%2C%20empat%C3%ADa%2C%20y%20elementos%20tangibles.
- Mendoza López, L. E., Sandoval Poveda, E. F., & Sequeira Ortega, N. F. (2019). *Satisfacción de los clientes y usuarios del puerto de corinto en función de la calidad del servicio a través del modelo SERVQUAL, durante el período septiembre 2016 a junio 2017*. León (Nicaragua). Obtenido de <http://riul.unanleon.edu.ni:8080/jspui/handle/123456789/7064>
- Miranda, F., & Chamorro, A. (2007). *Introducción a la Gestión de la Calidad*. Madrid, España: Editorial Delta.
- Morán, E. (Octubre de 2017). La calidad del servicio al cliente externo administrativo vinculado al incremento de las ventas en el Grupo Santillana. (E. R. Investigación, Ed.) *Espirales Revista Multidisciplinaria de Investigación*(9). Obtenido de <https://revistaespirales.com/index.php/es/article/download/221/168>.
- Orellana Bravo, G. S., & Silva Alvarado, G. E. (2017). *Diseño de un plan de capacitación sobre la calidad total y el desempeño de los agentes de aduana en Guayaquil*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Administrativas. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/47781>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1985). *A conceptual model of service quality and its implications for future research* (Vol. 49). States United: Journal of Marketing. doi:<https://doi.org/10.2307/1251430>
- Peiró, R. (10 de Noviembre de 2018). Satisfacción del cliente. *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/satisfaccion-del-cliente.html#:~:text=El%20concepto%20satisfacci%C3%B3n%20del%20cliente,y%20servicios%20de%20una%20empresa.&text=Los%20resultados%20de%20esta%20satisfacci%C3%B3n,las%20ventas%20de%20un%20negocio>.

- Pizzo, M. (23 de Abril de 2013). 4 herramientas para brindar un buen servicio al cliente. *Gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/4-herramientas-para-brindar-un-buen-servicio-al-cliente/>
- QuestionPro. (2021). ¿Qué es un tabulador de encuestas? *QuestionPro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/tabulador-de-encuestas/>
- Questionpro. (2021). Elementos que conforman la satisfacción al cliente. *Questionpro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/elementos-de-la-satisfaccion-al-cliente/#:~:text=Caracter%C3%ADsticas%20de%20la%20satisfacci%C3%B3n%20al,con%20el%20producto%20o%20servicio&text=Depende%20ampliamente%20del%20estado%20de,adquiri%C3%B3%20este%20producto%>
- Questionpro. (2022). ¿Por qué es importante la empatía en el servicio al cliente? *Questionpro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/empatia-en-el-servicio-al-cliente/>
- Rada Serrano, G. M. (2019). *Manual de operaciones logístico para la importación de mercancías bajo el régimen 10 del agente de aduana Nancy Serrano Mosquera*. Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/3274>
- Rengijo, E. (1996). *Propiedad Intelectual: Derecho de autor* (1a. ed.). Bogotá, Colombia: Universidad Externado de Colombia. Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/2883/1/09157.pdf>
- Rios Chappell, J. A. (2018). *Certificación OEA y calidad del servicio en la agencia de aduana Transoceanic S.A., Callao – 2018*. Lima: Repositorio de la Universidad César Vallejo. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/31055>
- Villanueva Baldeón, S. B. (2019). *Operaciones aduaneras y la satisfacción del cliente en la empresa TLI Aduanas S.A.C – Lima, 2019*. Lima: Repositorio de la Universidad César Vallejo. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/50601>
- Zeithaml, V., & Bitner, M. (2010). Calidad de los Servicios prestados por el Servicio Autónomo Municipal de Administración Tributaria. *Revista Venezolana de Gerencia*, 15(49). Obtenido de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842010000100007

ANEXOS

Anexo I: Matriz de Consistencia

Anexo II: Matriz de Operacionalización

Anexo III: Carta de Consentimiento Informado

Anexo IV: Validación de Expertos

Anexo I: Matriz de Consistencia

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general		
¿Cuál es la relación que existe entre la Calidad de Servicio y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019?	Determinar la relación que existe entre la Calidad de Servicio y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019	Existe una relación directa entre la Calidad de Servicio y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019	Variable Independiente: Calidad de Servicio	<ul style="list-style-type: none"> • Confiabilidad • Capacidad de Respuesta • Seguridad • Empatía • Aspectos Tangibles
			Variable dependiente: Satisfacción del Cliente	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad Funcional percibida • Calidad técnica percibida • Valor percibido • Confianza • Expectativas

Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas	Dimensiones	Indicadores
¿Cuál es la relación que existe entre la confiabilidad y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019?	Determinar la relación que existe entre la Confiabilidad y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019	Existe una relación directa entre la Confiabilidad y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019	Confiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Confiabilidad de los trabajadores de la agencia al prestar el servicio. • Cumplimiento de los horarios establecidos.
			Satisfacción del Cliente	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad Funcional percibida • Calidad técnica percibida • Valor percibido • Confianza • Expectativas

¿Cuál es la relación que existe entre la Capacidad de Respuesta y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019	Determinar la relación que existe entre la Capacidad de Respuesta y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019	Existe una relación directa entre la Capacidad de Respuesta y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019	Capacidad de Respuesta	<ul style="list-style-type: none"> • Atención rápida y expedita. • Disposición de los trabajadores de la agencia para resolver dudas e inquietudes.
			Satisfacción del Cliente	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad Funcional percibida • Calidad técnica percibida • Valor percibido • Confianza • Expectativas

¿Cuál es la relación que existe entre la Seguridad y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019?	Determinar la relación que existe entre la Seguridad y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019	Existe una relación directa entre la Seguridad y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019	Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> • Se siente seguro con el servicio ofrecido por la agencia de aduana. • Competencia de los trabajadores de la agencia de aduana para emplear sus conocimientos al brindar el servicio.
			Satisfacción del Cliente	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad Funcional percibida • Calidad técnica percibida • Valor percibido • Confianza • Expectativas
¿Cuál es la relación que existe entre la Empatía y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia	Determinar la relación que existe entre la Empatía y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas	Existe una relación directa entre la Empatía y la Satisfacción de los Clientes de	Empatía	<ul style="list-style-type: none"> • Interés de los trabajadores de la agencia por las inquietudes planteadas por los clientes.

de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019?	IJM Logistic S.A.C. en el año 2019	la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019		<ul style="list-style-type: none"> • Atencion y cortesía de los trabajadores de la agencia.
			Satisfacción del Cliente	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad Funcional percibida • Calidad técnica percibida • Valor percibido • Confianza • Expectativas
¿Cuál es la relación que existe entre los Aspectos Tangibles y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia	Determinar la relación que existe entre los Aspectos Tangibles y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia	Existe una relación directa entre los Aspectos Tangibles y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019	Aspectos Tangibles	<ul style="list-style-type: none"> • Estado de la infraestructura de la agencia de aduana. • Nivel de seguridad al interior de la agencia de aduana.

de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019?	de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019		Satisfacción del Cliente	<ul style="list-style-type: none">• Calidad Funcional percibida• Calidad técnica percibida• Valor percibido• Confianza• Expectativas
--	---	--	--------------------------	--

Anexo II: Matriz de Operacionalización

Tabla 1. Variable Independiente: Calidad de Servicio

Variable: Calidad de Servicio			
Definición conceptual: Es el conjunto de aspectos y características de un producto y/o servicio que guarda relación con su capacidad para satisfacer las necesidades expresadas o latentes de los clientes. (Editorial Vertice, 2008)			
Instrumento: Cuestionario		Técnica: Encuesta	
Estatus Lógico: Independiente			
Unidad de Análisis: Clientes de la agencia de aduana IJM LOGISTIC S.A.C.			
Dimensiones	Indicadores	Ítems	Valores y Categorías (Escala de Likert)

D1: Confiabilidad	I1: Confiabilidad de los trabajadores de la agencia al prestar el servicio.	Los colaboradores de la agencia de aduanas que brindan el servicio les genera confianza.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Muy de acuerdo 2. De acuerdo 3. Indeciso 4. En desacuerdo 5. Muy en desacuerdo
	I2: Cumplimiento de los horarios establecidos.	La agencia de aduanas cumple con los tiempos establecidos.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Muy de acuerdo 2. De acuerdo 3. Indeciso 4. En desacuerdo 5. Muy en desacuerdo
D2: Capacidad de respuesta	I1: Atención oportuna y expedita.	Los colaboradores de la agencia de aduanas atienden o responden de manera oportuna y expedita.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Muy de acuerdo 2. De acuerdo 3. Indeciso 4. En desacuerdo 5. Muy en desacuerdo

	I2: Disposición de los trabajadores de la agencia para resolver dudas e inquietudes.	Los colaboradores de la agencia de aduanas cuentan siempre con la debida disposición para resolver sus dudas e inquietudes.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Muy de acuerdo 2. De acuerdo 3. Indeciso 4. En desacuerdo 5. Muy en desacuerdo
D3: Seguridad	I1: Se siente seguro con el servicio ofrecido por la agencia de aduana.	Al contratar nuestros servicios de agenciamiento de aduanas se siente seguro con el servicio brindado.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Muy de acuerdo 2. De acuerdo 3. Indeciso 4. En desacuerdo 5. Muy en desacuerdo
	I2: Competencia de los trabajadores de la agencia de aduana para emplear sus conocimientos al brindar el servicio.	Percibe que los colaboradores de la agencia de aduanas son competitivos cuando brindan sus servicios.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Muy de acuerdo 2. De acuerdo 3. Indeciso 4. En desacuerdo 5. Muy en desacuerdo

D4: Empatía	I1: Interés de los trabajadores de la agencia por las inquietudes planteadas por los clientes.	Los colaboradores de la agencia de aduanas muestran interés cuando plantea sus inquietudes.	<ul style="list-style-type: none"> 1. Muy de acuerdo 2. De acuerdo 3. Indeciso 4. En desacuerdo 5. Muy en desacuerdo
	I2: Atención y cortesía de los trabajadores de la agencia.	Los colaboradores de la agencia de aduanas siempre los atienden con cortesía y educación.	<ul style="list-style-type: none"> 1. Muy de acuerdo 2. De acuerdo 3. Indeciso 4. En desacuerdo 5. Muy en desacuerdo

D5: Aspectos Tangibles	I1: Estado de la infraestructura de la agencia de aduana.	Considera que la infraestructura de la agencia de aduanas se encuentra en buen estado.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Muy de acuerdo 2. De acuerdo 3. Indeciso 4. En desacuerdo 5. Muy en desacuerdo
	I2: Nivel de seguridad al interior de la agencia de aduana.	La seguridad al interior de la agencia de aduanas es segura.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Muy de acuerdo 2. De acuerdo 3. Indeciso 4. En desacuerdo 5. Muy en desacuerdo

Tabla 2. Variable dependiente: Satisfacción del cliente

Variable: Satisfacción del cliente			
Definición conceptual: Es comprendida como una evaluación que realiza el cliente en función a un servicio, la cual depende como el servicio respondido a sus demandas y necesidades, en caso de que esto no se dé, se genera una insatisfacción. (Peiró, 2018)			
Instrumento: Cuestionario		Técnica: Encuesta	
Estatus Lógico: Dependiente			
Unidad de Análisis: Clientes de la agencia de aduana IJM LOGISTIC S.A.C.			
Dimensiones	Indicadores	Ítems (Enunciados o Preguntas)	Valores y Categorías (Escala de Likert)
D1: Calidad Funcional percibida	II: En esta agencia de aduana se le da el servicio que usted espera.	La agencia de aduanas les brinda el servicio que usted espera.	1. Totalmente desacuerdo 2. Desacuerdo 3. Algo desacuerdo 4. Indiferente 5. Algo de acuerdo

			<p>6. De acuerdo</p> <p>7. Totalmente acuerdo</p>
	I2: El personal de esta agencia conoce los intereses y necesidades de sus clientes.	Considera que los colaboradores de la agencia de aduanas conocen sus interés y necesidades.	<p>1. Totalmente desacuerdo</p> <p>2. Desacuerdo</p> <p>3. Algo desacuerdo</p> <p>4. Indiferente</p> <p>5. Algo de acuerdo</p> <p>6. De acuerdo</p> <p>7. Totalmente acuerdo</p>
D2: Calidad técnica percibida	I1: Usted ha observado mejoras en el servicio	Considera que la agencia de aduanas viene mejorando la calidad del servicio que ofrece.	<p>1. Totalmente desacuerdo</p> <p>2. Desacuerdo</p> <p>3. Algo desacuerdo</p>

	ofrecido en la agencia de aduana.		<p>4. Indiferente</p> <p>5. Algo de acuerdo</p> <p>6. De acuerdo</p> <p>7. Totalmente acuerdo</p>
	I2: La calidad de los servicios virtuales en la agencia son buenas.	El servicio virtual ofrecido por la agencia de aduanas es bueno en comparación con otras agencias del rubro.	<p>1. Totalmente desacuerdo</p> <p>2. Desacuerdo</p> <p>3. Algo desacuerdo</p> <p>4. Indiferente</p> <p>5. Algo de acuerdo</p> <p>6. De acuerdo</p> <p>7. Totalmente acuerdo</p>

D3: Valor percibido	I1: La calidad de los servicios prestados en esta agencia de aduana son buenos, dadas tarifas ofrecidas por el servicio.	La calidad de servicio es consecuente con las tarifas brindadas.	1. Totalmente desacuerdo 2. Desacuerdo 3. Algo desacuerdo 4. Indiferente 5. Algo de acuerdo 6. De acuerdo 7. Totalmente acuerdo
	I2: No ha tenido problemas o inconvenientes con los servicios prestados por esta agencia de aduana.	Ha contado con problemas o inconvenientes con los servicios brindados por la agencia de aduanas.	1. Totalmente desacuerdo 2. Desacuerdo 3. Algo desacuerdo 4. Indiferente 5. Algo de acuerdo 6. De acuerdo 7. Totalmente

			acuerdo
D4: Confianza	II: Al acudir a esta agencia de aduana sabe que no tendrá problemas o inconvenientes con los servicios recibidos.	Estoy seguro (a) que sí contrato los servicios de la agencia de aduanas IJM Logistic SAC no tendré problemas o inconvenientes con los tramites de importación.	1. Totalmente desacuerdo 2. Desacuerdo 3. Algo desacuerdo 4. Indiferente 5. Algo de acuerdo 6. De acuerdo 7. Totalmente acuerdo

	I2: Esta agencia de aduana es innovadora y con visión de futuro.	La agencia de aduanas es innovadora y tiene proyección a futuro.	1. Totalmente desacuerdo 2. Desacuerdo 3. Algo desacuerdo 4. Indiferente 5. Algo de acuerdo 6. De acuerdo 7. Totalmente acuerdo
D5: Expectativas	I1: El personal de esta agencia de aduana es claro en las explicaciones o informaciones dadas.	Los colaboradores de la agencia de aduanas son claros con la explicación o informaciones dadas.	1. Totalmente desacuerdo 2. Desacuerdo 3. Algo desacuerdo 4. Indiferente 5. Algo de acuerdo 6. De acuerdo 7. Totalmente

			acuerdo
	I2: El personal de esta agencia de aduana posee los conocimientos acerca de los servicios prestados.	Los colaboradores de la agencia de aduanas cuentan con conocimientos y capacidades para desarrollar de buena forma los servicios que necesita.	1. Totalmente desacuerdo 2. Desacuerdo 3. Algo desacuerdo 4. Indiferente 5. Algo de acuerdo 6. De acuerdo 7. Totalmente acuerdo

Anexo III: Carta de Consentimiento Informado



CONSTANCIA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO DE ACCESO PÚBLICO

Por medio de la presente, informamos que la empresa.... **IJM LOGISTIC S.A.C.**
autoriza al alumno (a) *Gonzalez Areche Yumi Viviana* con código de matrícula No.
..... 2014143254 de la Escuela Profesional de Administración de Negocios
Internacionales, de la Universidad de San Martín de Porres, hacer uso de la información que a continuación se
detalla, con el consentimiento de la institución, para el desarrollo de su proyecto de investigación, la cual lleva
por título: **"RELACIÓN ENTRE LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA
AGENCIA DE ADUANAS IJM LOGISTIC S.A.C. EN EL AÑO 2019"**

1. Acceso a la aplicación de cuestionarios virtuales a los clientes de la agencia de aduanas IJM Logistic S.A.C.
2. Acceso al desarrollo de una entrevista virtual al Gerente de la agencia de aduanas IJM Logistic S.A.C.
3. Acceso a fotos de la agencia de aduanas IJM Logistic S.A.C.

Dicha información, se recopilará en el Trabajo de Campo para posteriormente ser registrada en su Investigación con fines netamente académicos, anónimos, y de carácter únicamente investigativo.

Se expide la presente **CONSTANCIA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO**, a solicitud del interesado (a), para los fines que estime conveniente.

San Miguel, 13 de mayo de 2021

ALUMNO

EMPRESA

Figura 32: Constancia de Consentimiento informado de Acceso Publico

Anexo IV: Validación de Expertos

Validación de Expertos 1

Solicitud de validación de juicio de experto Instrumento de recopilación de datos

Señor(a): (escribir grado académico seguido de los nombres y apellidos del validador)

Yo, Yumi Viviana Gonzalez Areche. Alumna de la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos, de la Escuela Académica de Administración de Negocios Internacionales.

Ante usted, con el debido respeto me presento y expongo, que estoy presentando un Plan de tesis titulado: "Relación entre la Calidad de Servicio y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduanas IJM Logistic S.A.C. en el año 2019", y requiero validar mi instrumento de recopilación de datos mediante el juicio de expertos, por lo cual le solicito tenga a bien realizar la validación correspondiente, para proseguir con la recolección de datos para mi investigación.

Alumno autor del proyecto:

Apellidos y Nombres	Firma
Gonzalez Areche, Yumi Viviana	

Por lo expuesto, le agradeceré se sirva atender la presente solicitud.

Documentación adjunta:

1. Matriz de consistencia
2. Matriz de operacionalización de variables
3. Formato de validación de juicio de expertos

Lima, 29 de mayo de 2021

Figura 33: Solicitud de validación de juicio experto.

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Instrucciones:

Para validar el Instrumento debe colocar en el casillero de los criterios: suficiencia, claridad, coherencia y relevancia, el número que corresponda, según su evaluación basada en la presente rúbrica.

RÚBRICA PARA LA VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Criterios	Escala de valoración			
	1	2	3	4
1. SUFICIENCIA: Los ítems que pertenecen a una misma dimensión o indicador son suficientes para obtener la medición de ésta.	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión o indicador.	Los ítems miden algún aspecto de la dimensión o indicador, pero no corresponden a la dimensión total.	Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión o indicador completamente.	Los ítems son suficientes.
2. CLARIDAD: El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	El ítem no es claro.	El ítem requiere varias modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
3. COHERENCIA: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación regular con la dimensión o indicador que está midiendo	El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión o indicador que está midiendo.
4. RELEVANCIA: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión o indicador.	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que éste mide.	El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Fuente: Adaptado de: www.humana.unal.co/psicometria/files/7113/8574/5708/articulo3_juicio_de_experto_27-36.pdf

Santa Anita, 29 de mayo de 2021

Figura 34: Formato de validación de juicio de expertos

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N° 1

VARIABLE 1: CALIDAD DE SERVICIO

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario Escala Likert					
Autor del Instrumento	Gonzalez Areche, Yumi Viviana					
Variable 1 Variable independiente:	Calidad de Servicio					
Población:	Los clientes de la agencia de aduana IJM Logistic S.A.C.					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Confiabilidad / Confiabilidad de los trabajadores	Los trabajadores de la agencia de aduana que brindan el servicio les genera confianza.	4	3	4	4	Modificar trabajadores por colaboradores
Confiabilidad / Cumplimiento de los horarios establecidos	La agencia de aduana cumple con los tiempos establecidos.	4	4	4	4	
Capacidad de respuesta / Atención rápida y expedita	Los trabajadores de la agencia de aduana atienden o responden de manera rápida y expedita.	3	3	4	4	Modificar trabajadores por colaboradores. Se recomienda modificar rápida por oportuna o en todo caso agregar dicha palabra.
Capacidad de respuesta / Disposición de los trabajadores	Los trabajadores de la agencia de aduana cuentan siempre con la debida disposición para resolver sus dudas e inquietudes.	4	3	4	4	Modificar trabajadores por colaboradores
Seguridad / Seguro con el servicio	Al contratar nuestros servicios de agenciamiento de aduana se siente seguro con lo brindado.	3	3	4	4	Agregar "... el servicio brindado"
Seguridad / Competencia de los trabajadores	Los trabajadores de la agencia de aduana son competitivos cuando brindan sus servicios.	3	3	3	3	Modificar trabajadores por colaboradores. Agregar al inicio "percibe que los colaboradores ..."
Empatía / Interés de los trabajadores	Los trabajadores de la agencia de aduana muestran interés cuando plantea sus inquietudes.	4	3	4	4	Modificar trabajadores por colaboradores

Figura 35: TABLA N.º 1: VARIABLE 1 (Calidad de servicio).

Empatía / Atención y cortesía de los trabajadores	Los trabajadores de la agencia de aduana siempre los atienden con cortesía y educación.	4	3	4	4	Modificar trabajadores por colaboradores
Aspectos Tangibles / Estado de la infraestructura	Considera que la infraestructura de la agencia de aduana se encuentra en buen estado.	4	4	4	4	
Aspectos Tangibles / Nivel de seguridad	La seguridad al interior de la agencia de aduana es segura.	4	4	4	4	

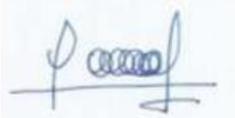
Firma de validador experto	
-----------------------------------	--

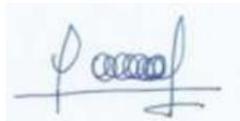
TABLA N° 2

VARIABLE 2: SATISFACCION DEL CLIENTE

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario Escala Likert					
Autor del Instrumento	Gonzalez Areche, Yumi Viviana					
Variable 2 Variable dependiente:	Satisfacción del Cliente					
Población:	Los clientes de la agencia de aduana IJM Logistic S.A.C					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Calidad Funcional percibida / Servicio Esperado	La agencia de aduana les brinda el servicio que usted esperaba.	4	3	4	4	Modificar esperaba por espera.
Calidad Funcional percibida / Conocer intereses y necesidades del cliente	Considera que los trabajadores de la agencia de aduana conocen sus interés y necesidades.	4	3	4	4	Modificar trabajadores por colaboradores y conocen por conocen.
Calidad técnica percibida / Mejoras en el servicio ofrecido	Considera que la agencia de aduana ha mejorado la calidad de servicio que se ofrece.	2	2	2	4	Modificar por algo así como: "... viene mejorando la calidad del servicio que ofrece."
Calidad técnica percibida / Calidad servicio virtual	El servicio virtual ofrecido por la agencia de aduana es bueno en comparación con otras agencias del rubro.	4	4	4	4	
Valor percibido / Calidad de servicio en relación a tarifas	La calidad de servicio en comparación con las tarifas brindadas es buena.	2	2	2	4	Modificar por algo así como: "... servicio es consecuente con las tarifas brindadas."
Valor percibido / No problemas o inconvenientes	Ha contado con problemas o inconvenientes con los servicios brindados por la agencia de aduana.	4	4	4	4	
Confianza / No problemas o inconvenientes	Se que si contrato los servicios de la agencia de aduana IJM Logistic SAC no tendré problemas o inconvenientes con los tramites de importación.	2	2	2	4	Modificar se (que debe llevar tilde) por "Estoy seguro (a) que si ..."

Figura 36: TABLA N.º 2: VARIABLE 2 (Satisfacción del cliente).

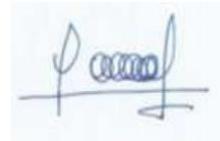
Confianza / Innovadora y visión a futuro	La agencia de aduana es innovadora y tiene proyección a futuro.	4	4	4	4	
Expectativas / Información clara y concisa	Los trabajadores de la agencia de aduana son claros con la explicación o informaciones dadas.	4	2	4	4	Modificar trabajadores por colaboradores
Expectativas / Capacidad y conocimientos	Los trabajadores de la agencia de aduana cuentan con conocimientos y capacidades para desarrollar de buena forma los servicios que necesita.	4	2	4	4	Modificar trabajadores por colaboradores

Firma de validador experto	
----------------------------	--

INFORMACIÓN DEL VALIDADOR EXPERTO

Validado por:

Tipo de validador:	Interno (<input checked="" type="checkbox"/>) Externo (<input type="checkbox"/>)
Apellidos y nombres:	SOBRINO ESPINOZA, CESAR AUGUSTO
Sexo:	Hombre (<input checked="" type="checkbox"/>) Mujer (<input type="checkbox"/>)
Profesión:	
Grado académico	Licenciado (<input type="checkbox"/>) Maestro (<input checked="" type="checkbox"/>) Doctor (<input type="checkbox"/>)
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 (<input type="checkbox"/>) De 11 a 15 (<input type="checkbox"/>) De 16 a 20 (<input type="checkbox"/>) De 21 a más (<input checked="" type="checkbox"/>)
	Solamente para validadores externos
Organización donde labora:	
Cargo actual:	
Área de especialización	
N° telefónico de contacto	
Correo electrónico de contacto	
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono (<input type="checkbox"/>) Por correo electrónico (<input type="checkbox"/>)



Firma Validador Experto

Figura 37: Información del validador experto 1.

Validación de Expertos 2

TABLA N° 1

VARIABLE 1: CALIDAD DE SERVICIO

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario Escala Likert					
Autor del Instrumento	Gonzalez Areche, Yumi Viviana					
Variable 1 Variable independiente:	Calidad de Servicio					
Población:	Los clientes de la agencia de aduana IJM Logistic S.A.C.					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Confiabilidad / Confiabilidad de los trabajadores	Los trabajadores de la agencia de aduana que brindan el servicio les genera confianza.	1	3	3	3	
Confiabilidad / Cumplimiento de los horarios establecidos	La agencia de aduana cumple con los tiempos establecidos.	1	2	3	3	
Capacidad de respuesta / Atención rápida y expedita	Los trabajadores de la agencia de aduana atienden o responden de manera rápida y expedita.	1	3	3	3	
Capacidad de respuesta / Disposición de los trabajadores	Los trabajadores de la agencia de aduana cuentan siempre con la debida disposición para resolver sus dudas e inquietudes.	1	3	4	4	
Seguridad / Seguro con el servicio	Al contratar nuestros servicios de agenciamiento de aduana se siente seguro con lo brindado.	1	2	3	3	
Seguridad / Competencia de los trabajadores	Los trabajadores de la agencia de aduana son competitivos cuando brindan sus servicios.	1	4	4	4	
Empatía / Interés de los trabajadores	Los trabajadores de la agencia de aduana muestran interés cuando plantea sus inquietudes.	1	2	3	3	

Figura 38: TABLA N.º 1: VARIABLE 1 (Calidad de servicio).

Empatía / Atención y cortesía de los trabajadores	Los trabajadores de la agencia de aduana siempre los atienden con cortesía y educación.	1	3	3	3	
Aspectos Tangibles / Estado de la infraestructura	Considera que la infraestructura de la agencia de aduana se encuentra en buen estado.	1	3	3	2	
Aspectos Tangibles / Nivel de seguridad	La seguridad al interior de la agencia de aduana es segura.	1	2	4	4	

Firma de validador experto	
-----------------------------------	--

TABLA N° 2

VARIABLE 2: SATISFACCION DEL CLIENTE

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario Escala Likert					
Autor del Instrumento	Gonzalez Areche, Yumi Viviana					
Variable 2 Variable dependiente:	Satisfacción del Cliente					
Población:	Los clientes de la agencia de aduana IJM Logistic S.A.C					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Calidad Funcional percibida / Servicio Esperado	La agencia de aduana les brinda el servicio que usted esperaba.	1	3	3	3	
Calidad Funcional percibida / Conocer intereses y necesidades del cliente	Considera que los trabajadores de la agencia de aduana conocen sus interés y necesidades.	1	3	3	4	
Calidad técnica percibida / Mejoras en el servicio ofrecido	Considera que la agencia de aduana ha mejorado la calidad de servicio que se ofrece.	1	4	4	4	
Calidad técnica percibida / Calidad servicio virtual	El servicio virtual ofrecido por la agencia de aduana es bueno en comparación con otras agencias del rubro.	1	4	3	3	
Valor percibido / Calidad de servicio en relación a tarifas	La calidad de servicio en comparación con las tarifas brindadas es buena.	1	2	3	4	
Valor percibido / No problemas o inconvenientes	Ha contado con problemas o inconvenientes con los servicios brindados por la agencia de aduana.	1	3	2	4	
Confianza / No problemas o inconvenientes	Se que si contrato los servicios de la agencia de aduana IJM Logistic SAC no tendré problemas o inconvenientes con los tramites de importación.	1	3	3	3	
Confianza / Innovadora y visión a futuro	La agencia de aduana es innovadora y tiene proyección a futuro.	1	3	3	3	

Figura 39: TABLA N.º 2: VARIABLE 2 (Satisfacción del cliente).

Expectativas / Información clara y concisa	Los trabajadores de la agencia de aduana son claros con la explicación o informaciones dadas.	1	3	3	4	
Expectativas / Capacidad y conocimientos	Los trabajadores de la agencia de aduana cuentan con conocimientos y capacidades para desarrollar de buena forma los servicios que necesita.	1	3	3	3	

Firma de validador experto	
-----------------------------------	---

INFORMACIÓN DEL VALIDADOR EXPERTO

Validado por:

Tipo de validador:	Interno (<input checked="" type="checkbox"/>) Externo (<input type="checkbox"/>)
Apellidos y nombres:	LAOS LÓPEZ, JOSÉ ENRIQUE
Sexo:	Hombre (<input checked="" type="checkbox"/>) Mujer (<input type="checkbox"/>)
Profesión:	
Grado académico	Licenciado (<input type="checkbox"/>) Maestro (<input type="checkbox"/>) Doctor (<input checked="" type="checkbox"/>)
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 (<input type="checkbox"/>) De 11 a 15 (<input type="checkbox"/>) De 16 a 20 (<input type="checkbox"/>) De 21 a más (<input checked="" type="checkbox"/>)
Solamente para validadores externos	
Organización donde labora:	
Cargo actual:	
Área de especialización	
Nº telefónico de contacto	
Correo electrónico de contacto	
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono (<input type="checkbox"/>) Por correo electrónico (<input type="checkbox"/>)



 Firma Validador Experto

Figura 40: Información del validador experto 2.

