

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

**CALIDAD DE LOS SERVICIOS LOGÍSTICOS DEL
GRUPO HOMERO LOGISTIC Y SU INFLUENCIA EN LA
SATISFACCIÓN DE LOS IMPORTADORES, LIMA
METROPOLITANA - 2024**



PRESENTADO POR
DANIELA ADRIANA ARIAS LOLI

ASESORA
DRA. MARGRORY AYMETT MERE ORTEGA

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

LIMA, PERÚ
2024



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

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



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

TESIS

**CALIDAD DE LOS SERVICIOS LOGÍSTICOS DEL GRUPO HOMERO
LOGISTIC Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DE LOS
IMPORTADORES, LIMA METROPOLITANA - 2024**

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

**PRESENTADO POR
DANIELA ADRIANA ARIAS LOLI**

**ASESORA
DRA. MERE ORTEGA, MARGRORY AYMETT**

**LIMA, PERÚ
2024**

DEDICATORIA

Me gustaría dedicarle este trabajo a mi papá, quien siempre fue el que me motivo a terminar la universidad. Lamentablemente el falleció en pandemia pero estoy segura de que tiene que ver mucho en que, luego de cuatro años de haber culminado mis estudios , volví para tener el título que el tanto me hablaba cuando era niña.

AGRADECIMIENTO

Mi más grande agradecimiento a mis amigos y compañeros quienes me acompañaron indirectamente en este primer paso no fue un camino fácil. La empatía y soporte que recibí durante todos esos momentos de estrés fueron la fuerza que me motivo a continuar y así culminar una etapa profesional.

INDICE

INTRODUCCIÓN	xi
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	15
1.1 Antecedentes de la investigación	15
1.2 Bases teóricas	22
CAPÍTULO II: VARIABLES DE INVESTIGACIÓN	36
2.1 Hipótesis de Investigación	36
2.2 Variables y definición operacional	37
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	38
3.1 Diseño metodológico	38
3.2 Diseño muestral	39
3.3 Técnicas de recolección de datos:	41
3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información	41
3.5 Aspectos éticos	44
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	46
4.1 Análisis de la muestra	46
4.2 Análisis descriptivo de variables	48
4.3 Planteamiento de Hipótesis	51
4.4 Prueba de normalidad	53

4.5 Comprobación de hipótesis	54
4.5.1 Contrastación de hipótesis específica 1	54
4.5.1 Contrastación de hipótesis específica 2	56
4.5.3 Contrastación de hipótesis específica 3	59
4.5.4 Contrastación de hipótesis específica 4	61
4.5.5 Contrastación de hipótesis específica 5	63
4.6 Validación del modelo	65
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN	68
5.1. Discusión de resultados	68
CONCLUSIONES	71
RECOMENDACIONES	72
FUENTES DE INFORMACIÓN	74
ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA	82
ANEXO 2: MATRICES DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	84
ANEXO 3: Cuestionario sobre Calidad de los servicios logísticos de Grupo Homero y Satisfacción de clientes importadores de Lima - Perú.	87
ANEXO 4: Formatos de validación de expertos	97
ANEXO 5: DECLARACIÓN EXPRESA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO	113

Índice de Tablas

Tabla 1	Validación por juicio de expertos	37
Tabla 2	Valoración del alfa de Cronbach	38
	Resultado de Confiabilidad mediante coeficiente Alfa de	
Tabla 3	Cronbach	38
Tabla 4	Descripción de la muestra	40
Tabla 5	Estadísticos descriptivos	42
Tabla 6	Planteamiento de hipótesis nulas	44
Tabla 7	Pruebas de normalidad	47
Tabla 8	Coeficiente de correlación entre tangibilidad y satisfacción	48
Tabla 9	Resumen del modelo y Análisis de Varianza (ANOVA)	49
Tabla 10	Coeficientes del modelo	49
Tabla 11	Coeficiente de correlación entre fiabilidad y satisfacción	50
Tabla 12	Resumen del modelo y Análisis de Varianza (ANOVA)	51
Tabla 13	Coeficientes del modelo	51
Tabla 14	Coeficiente de correlación entre capacidad de respuesta y Satisfacción	52
Tabla 15	Resumen del modelo y Análisis de Varianza (ANOVA)	53
Tabla 16	Coeficientes del modelo	53
Tabla 17	Coeficiente de correlación entre seguridad y satisfacción	54

Tabla 18	Resumen del modelo y Análisis de Varianza (ANOVA)	55
Tabla 19	Coeficientes del modelo	55
Tabla 20	Coeficiente de correlación entre la empatía y la satisfacción	56
Tabla 21	Resumen del modelo y Análisis de Varianza (ANOVA)	57
Tabla 22	Coeficientes del modelo	57
	Resumen del modelo y Análisis de Varianza (ANOVA)	
Tabla 23	Preliminar	58
Tabla 24	Coeficientes del modelo preliminar	59
	Resumen del modelo y Análisis de Varianza (ANOVA)	
Tabla 25	Modificado	59
Tabla 26	Coeficientes del modelo modificado	60

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Dimensiones SERVPERF	25
Figura 2	Modelo Satisfacción de Ha Nam, et al. (2020).	28
Figura 3	Calidad del servicio logístico	43
Figura 4	Satisfacción de los clientes de los servicios logísticos de Grupo Homero	44
Figura 5	Modelo de investigación	46
Figura 6	Gráfico de dispersión entre tangibilidad y satisfacción	49
Figura 7	Gráfico de dispersión entre fiabilidad y satisfacción	51
Figura 8	Gráfico de dispersión entre Capacidad de respuesta y Satisfacción	53
Figura 9	Gráfico de dispersión entre seguridad y satisfacción	55
Figura 10	Gráfico de dispersión entre la empatía y la satisfacción	57

RESUMEN

La presente investigación se desarrolló con el objetivo de determinar cómo influye la calidad del servicio logísticos del Grupo Homero Logistic en la satisfacción de los importadores, evaluando la calidad del servicio logístico en base a las dimensiones del modelo de Percepción del servicio (SERVPERF) de Cronin y Taylor (1993) y el modelo de satisfacción del cliente de una empresa de servicios de transporte de Riitho (2018), mediante una metodología cuantitativa, correlacional, retrospectiva y transversal, que contó con la aplicación de cuestionarios en escala de Likert de 6 valores aplicados a una muestra de 115 usuarios importadores de la empresa Grupo Homero Logistic. Los principales resultados muestran que la satisfacción se desarrolla según las dimensiones de tangibles, fiabilidad, seguridad y empatía con un R^2 de 0.753 y significancia de 0.001, retirando a la capacidad de respuesta dentro del modelo que explica la satisfacción de los usuarios. El estudio concluye que la calidad del servicio logístico y la satisfacción de los clientes importadores presentó una distribución homogénea en los rangos superiores de su calificación, concluyendo que ambas variables se relacionan entre los clientes de GRUPO HOMERO en el año 2024.

Palabras Clave: SERVPERF, Calidad, Satisfacción, Servicio Logístico, Importación.

ABSTRACT

This research was developed with the aim of determining how the quality of the logistics service of the Homero Logistic Group influences the satisfaction of importers, evaluating the quality of the logistics service based on the dimensions of the Service Perception model (SERVPERF) by Cronin and Taylor (1993) and the customer satisfaction model of a transport services company by Riitho (2018), through a quantitative, explanatory, retrospective and transversal methodology, which included the application of questionnaires on a 6-value Likert scale applied to a sample of 115 importer users of the Homero Logistic Group company. The main results show that satisfaction develops according to the dimensions of tangibles, reliability, security and empathy with an R^2 of 0.753 and significance of 0.001, removing the response capacity within the model that explains user satisfaction. The study concludes that the quality of the logistics service and the satisfaction of importing clients presented a homogeneous distribution in the upper ranges of its rating, concluding that both variables are related among GRUPO HOMERO clients in the year 2024.

Keywords: SERVPERF, Quality, Satisfaction, Logistics Service, Importation.

NOMBRE DEL TRABAJO

DANIELA ARIAS- TESIS.docx

RECuento DE PALABRAS

13472 Words

RECuento DE CARACTERES

77168 Characters

RECuento DE PÁGINAS

112 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

6.6MB

FECHA DE ENTREGA

Sep 2, 2024 7:50 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Sep 2, 2024 7:52 AM GMT-5

● **14% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 11% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 10% Base de datos de trabajos entregados
- 4% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Material citado
- Bloques de texto excluidos manualmente
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)

INTRODUCCIÓN

En el mundo existen dos fenómenos muy importantes que están en constante crecimiento: la globalización y la interconexión de mercados. La eficiencia y calidad de los servicios de agentes de carga se han convertido en elementos cruciales para el comercio internacional. El transporte de mercancías a nivel mundial implica la participación de agentes de carga, quienes desempeñan un papel indispensable para la administración consiente y la facilitación de las operaciones logísticas. La calidad de los servicios proporcionados por estos agentes impacta directamente en la satisfacción de los importadores, a su vez, influye en la competitividad de las empresas y en la economía de los países, siendo que los agentes de carga en el este asiático han logrado impresionantes avances en cuanto a la calidad de sus servicios frente a las adversidades enfrentadas en los años 2020 y 2021, donde se han logrado mejorar los modelos de envío tanto marítimo como aéreos para reducir los tiempos de entrega, mejores costos y mejor calidad del servicio (Shen, et al, 2019; Tuba y Celik, 2021).

En la región de América Latina, el comercio internacional desempeña un papel vital en el desarrollo económico. La eficiencia en la gestión de la cadena de suministro se ha vuelto esencial para aprovechar las oportunidades de exportación e importación. En este contexto, la calidad de los servicios ofrecidos por los agentes de carga se convierte en un factor crítico que puede impulsar o

obstaculizar el flujo eficiente de bienes pues el crecimiento de los volúmenes de la región (superiores al 5% anual desde el año 2018, sin tomar en cuenta el 2020) genera una demanda de servicios más eficientes (Cepal, 2019).

A nivel nacional, Perú se destaca como un actor clave en el comercio internacional, con un crecimiento constante en sus exportaciones e importaciones, el Perú se caracteriza como una economía orientada a la exportación. En el año 2018, las exportaciones alcanzaron un total de \$47,864, registrando un aumento del 7.8% en comparación con el año 2017. Este crecimiento se atribuye a un valor récord de \$34,622 en exportaciones no tradicionales y un incremento del 12.8% en las exportaciones tradicionales, que alcanzaron los \$13,242 en el año 2018, según datos proporcionados por el Ministerio de Turismo [MINCETUR] (2019). El desempeño destacado de Perú en este ámbito se debe en gran medida a la cadena logística de exportaciones, que se posiciona como una fuente principal de influencia y crecimiento. En consecuencia, uno de los aspectos clave para mejorar es la infraestructura, así como los servicios de transporte y logística.

Los importadores peruanos dependen en gran medida de la eficacia de los agentes de carga para superar desafíos logísticos y aduaneros. La calidad de los servicios de estos agentes no solo afecta la puntualidad en las entregas, sino también la integridad de los productos, la transparencia en los procesos aduaneros y la optimización de costos. En cuanto al Índice de Desempeño Logístico, Perú ocupa el puesto 103 entre 264 países, con un puntaje de 2.69, los componentes principales que inciden en el desempeño logístico abarcan la calidad

del servicio logístico, la capacidad de rastreo de envíos, la puntualidad en los plazos de envío, la eficiencia en el despacho a precios competitivos y la calidad de la infraestructura (Banco Mundial, 2018).

En el epicentro de esta dinámica se encuentra Lima Metropolitana, la capital y principal centro económico comercial de Perú. Aquí, la concentración de actividades comerciales intensifica la importancia de los agentes de carga, quienes deben enfrentar desafíos específicos relacionados con la congestión del tráfico, la infraestructura logística y la complejidad de los procesos aduaneros. La calidad de los servicios de los agentes de carga en Lima Metropolitana no solo determina la eficiencia operativa, sino también la percepción de los importadores sobre la viabilidad y conveniencia de realizar transacciones comerciales a través de este núcleo económico.

En este escenario, la presente tesis se propone investigar a fondo la calidad de los servicios ofrecidos por los agentes de carga de Lima Metropolitana llamado Grupo Homero y su impacto directo en la satisfacción de los importadores peruanos. La pregunta de investigación en tal sentido es ¿Cómo influye la calidad del servicio logísticos de Grupo Homero en la satisfacción de los importadores en el año 2024?, siendo que el objetivo principal de la investigación es el de determinar la influencia de la variable calidad de servicio prestado por agentes de carga en la variable satisfacción que los importadores perciben respecto a dicho servicio en el año 2024. Los objetivos específicos se plantean según la relación de

las dimensiones de la variable calidad de servicio según el método de evaluación SERVPERF, aplicando a su vez cuestionarios de satisfacción del cliente.

La investigación a nivel metodológico se plantea como cuantitativa, de alcance correlacional y de temporalidad transversal, con un diseño no experimental. La muestra estuvo conformada por 118 clientes de los servicios logísticos de GRUPO HOMERO a los cuales se les aplicó cuestionarios en escala de Likert.

La investigación se conforma en base a capítulos, los cuales inician con el marco teórico en el cual se presentan las teorías y antecedentes referentes al tema de investigación; en el segundo capítulo se presentan las hipótesis de investigación y las variables en su operacionalización. El tercer capítulo presenta la metodología de la investigación de forma extensa y en el cuarto capítulo se presentan los resultados de la investigación, para finalizar con la discusión de resultados, conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes de la investigación

1.1.1 Antecedentes Nacionales

En principio, encontramos una investigación hecha por Rodríguez, Uribe y Rey-de-Castro (2023) en la cual se presenta un artículo titulado “La calidad de servicio del cliente interno basado en el modelo SERVQUAL y su relación con la satisfacción laboral en una empresa de transporte de carga pesada de Lima Metropolitana, 2021” para el cual se aplicó una metodología de investigación mixta, con entrevistas de profundidad para una descripción precisa y encuestas tipo SERVPERF con el objetivo de identificar la correlación de la calidad del servicio con la satisfacción de los clientes. Los principales resultados muestran que la dimensión de Elemento tangibles tuvo una correlación de Rho 0.710, seguido por la capacidad de respuesta con un rho de 0.690, seguridad con rho de 0.630, empatía con 0.530 y finalmente la fiabilidad con 0.420. El estudio permitió concluir que las variables calidad del servicio y satisfacción del cliente se relacionan de forma significativa, siendo lo más importante para aquellos que adoptan el servicio de transporte de carga pesada los elementos tangibles y la capacidad de respuesta, dejando la fiabilidad del servicio cómo lo menos relacionado en la formulación de la satisfacción.

De acuerdo a la tesis presentada por Llocya y Suarez (2022) investigaron con el objetivo de identificar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes en las agencias de Aduanas en el Callao en el año 2022, para ello siguieron una metodología de investigación cuantitativa, de alcance correlacional y que se basó en la aplicación de encuestas a un total de 120 clientes de diversas agencias de aduanas, determinados por un método de muestreo probabilístico de muestra indeterminada. Para los cuestionarios se aplicó el cuestionario SERVPERF y el cuestionario del modelo ACSI para la calidad del servicio y satisfacción del cliente respectivamente. Al finalizar observaron que se obtuvo una correlación R de Pearson de 0.764 de su muestra, con resultados específicos con la Fiabilidad de Rho 0.598; con la capacidad de respuesta de 0.593; con la seguridad con correlación Rho 0.678 y con la empatía con una correlación Rho 0.695, mientras que los elementos tangibles lograron una correlación Rho 0.549. El estudio concluye que las variables calidad del servicio y satisfacción del cliente se relacionan de forma positiva y significativa.

Por otro lado tenemos otro aporte de Moya y Zavaleta (2022) quienes investigaron sobre la calidad de los servicios de una empresa de transportes en la ciudad de Trujillo basándose en datos del año 2022, para lo cual aplicó una metodología cuantitativa de alcance descriptivo, aplicando el cuestionario SERVPERF a una muestra de 180 clientes de la empresa de transporte. Los principales resultados mostraron un nivel de elemento tangible calificado como regular en un 73%, fiabilidad valorada a nivel regular en un 70%, además la

capacidad de respuesta se valoró como regular, de igual manera que la seguridad y la empatía, siempre con valoraciones sobre el 70% de la muestra. Los factores mejor valorados fueron la Seguridad del servicio con el 23.9% de percepción positiva o buena, mientras que la fiabilidad en la atención el peor valorado con el 13.9% calificándolo de malo. El estudio concluye que la calidad del servicio en una empresa de transporte es regular con un 95% de la muestra.

Lo mencionado por Muñoz (2022) en su investigación que realizó tuvo como objetivo de identificar la influencia de la calidad del servicio logístico en la satisfacción de los clientes en agencias de carga en Lima durante el año 2019. Para el logro de su objetivo realizó una investigación con metodología de tipo cuantitativa, alcance correlacional y corte transversal, la muestra estuvo conformada por 141 clientes de una agencia de carga de Lima metropolitana a los cuales se les aplicó un cuestionario en escala de Likert. Los resultados de correlación evaluada mediante la prueba de Chí-cuadrado de Pearson mostraron que existe correlación entre la calidad del servicio logístico y la satisfacción de los clientes con una inclinación hacia una mayor satisfacción frente a una mayor percepción de la calidad, de forma similar que las dimensiones de la calidad evaluadas mediante el método Servperf. El estudio concluyó que la calidad del servicio logístico de las empresas de agencia de carga influye de forma significativa en la satisfacción del cliente.

De igual manera se cuenta con el precedente de Huamán y Puchoc (2020) en la ciudad de Lima metropolitana investigaron en su tesis sobre la relación de la

calidad del servicio logístico de Agentes de Carga y la lealtad de las Mypes exportadoras de Quinoa en el año 2019. Su investigación siguió una metodología cuantitativa y correlacional con la aplicación de encuestas a un total de 65 Mypes, las cuales fueron validadas con confiabilidad superior a 0.800 según el coeficiente Alfa de Cronbach. Sus principales resultados muestran que la calidad del servicio de las agencias de carga se relaciona con la lealtad de los clientes exportadoras de forma significativa, directa pero con intensidad media ($Rho = 0.561$, $p=0.001$), mientras que de las dimensiones evaluadas, la puntualidad fue la que mayor relevancia tuvo en la generación de lealtad ($Rho 0.667$) sobre la calidad de atención del personal y las condiciones del pedido logístico. El estudio concluye que existe relación entre la calidad del servicio logístico de una agencia de carga y la lealtad de los clientes exportadores.

1.1.2 Antecedentes Internacionales

A nivel internacional las investigaciones sobre la relación de las variables más importantes para el presente estudio son los siguientes: en Turquía Yaşar y Özdemir (2022) investigaron sobre la calidad del servicio en agencias de carga aérea en base a la percepción de los clientes siguiendo la metodología SERVQUAL, ya que evaluó de forma longitudinal y siguiendo una metodología cuantitativa y correlacional, evaluando la correlación entre la satisfacción y la calidad mediante la comprobación de hipótesis por diferencia de medias a una muestra de 100 clientes. Los resultados mostraron que la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes se relacionan con una presencia de insatisfacción por

diferencia de medias significativa en la dimensión elementos tangibles, empatía, seguridad, capacidad de respuesta y fiabilidad. El estudio concluye que existe una relación entre la satisfacción de los clientes de servicios de carga aérea y la calidad del servicio, siendo que los clientes están esperando un mejor servicio en las cinco dimensiones de evaluación del modelo SERVQUAL.

En Indonesia Nurwahyudi y Rimawan (2021) investigó en su artículo titulado “Análisis de la satisfacción de los clientes en la industria de agentes de carga utilizando los modelos Servqual, IPA y FMEA” mediante una metodología cuantitativa descriptiva en la cual se evaluaron las dimensiones del modelo Servqual, con una muestra de 86 clientes de empresas que hacen uso de servicios de agentes de carga. Los resultados principales en la evaluación del modelo Servqual mostraron que la calidad del servicio se ve influenciada por los elementos tangibles con un Rho de 0.929, por la confianza con un rho de 0.964, la capacidad de respuesta con un Rho de 0.956, la seguridad con un Rho de 0.829 y la empatía con un Rho de 0.917; así como una relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes con un Rho de 0.866. El estudio concluye que la calidad del servicio evaluado mediante el método Servqual influye en la satisfacción que los clientes tienen, identificando altas expectativas frente a la performance identificada según el modelo IPA.

En su investigación realizada en Tailandia, Chattharn, Nuthatai y Thespluem (2020) se enfocaron en examinar la relación entre calidad del servicio y la satisfacción de los clientes en agentes de importación y exportación ubicados

en el centro del país. Para llevar a cabo su estudio, emplearon una metodología cuantitativa de correlación basada en la aplicación del modelo Servperf. El estudio obtuvo datos a través de cuestionarios distribuidos a su muestra constituida por 400 individuos que desempeñaban funciones como agentes de importación o exportación. Los resultados principales de su investigación revelan una correlación significativa entre las variables evaluadas, con un nivel de significancia de 0.01. y un Beta de 0.24 explicando la satisfacción de los consumidores. Además, se destaca que los elementos tangibles ($\beta=0.600$), la confiabilidad ($\beta=0.410$), la capacidad de respuesta ($\beta=0.800$) y la seguridad ($\beta=0.450$) emergen como factores fundamentales que influyen de gran forma a la satisfacción de estas personas que son usuarios de este tipo de servicios de importación y exportación en el centro de Tailandia.

Por otro lado, Teng, Bulut y Duru (2019) investigaron en Taiwán sobre la calidad de los servicios de transporte de carga internacional, centrándose en los transportistas y buscando soluciones comerciales prácticas para mejorar el nivel de atención al cliente. En este sector, los agentes de carga suelen desempeñar el papel de intermediarios para obtener servicios logísticos en colaboración estrecha con transportistas como líneas navieras y aerolíneas. Este artículo se enfoca en una investigación empírica de los principales transportistas de carga, con el objetivo de identificar los requisitos esenciales de los clientes en la región del este de Asia, incluyendo países como Japón, Corea y Taiwán. Además, la característica distintiva del estudio radica en la utilización de la función de calidad

como enfoque de implementación, no solo para identificar medidas técnicas cruciales, sino también para explorar soluciones comerciales significativas, como estrategias de mejora de la calidad. Los hallazgos revelan que los requisitos clave del cliente incluyen tarifas de agencia más económicas, capacidad de servicio puerta a puerta y disponibilidad de respuesta instantánea. En cuanto a las medidas técnicas fundamentales, se destacan la gestión de relaciones con los clientes, el sistema de información integral, el punto de servicio y la red. En secciones posteriores, se discutirán de manera más detallada los resultados empíricos y las conclusiones, destacando su importancia gerencial para los tomadores de decisiones en este ámbito específico.

Además, Ramos, et al. (2020) investigaron en Cuba sobre el modelo Servperf como herramienta de evaluación de la calidad de servicio de una empresa, aplicando una metodología cuantitativa descriptiva mediante un cuestionario SERVPERF modificado de 20 ítems en una muestra de 368 clientes de una empresa. Los principales resultados muestran que existió para los elementos tangibles una percepción negativa (2.52, s: 1.02); para la fiabilidad también fue negativa (2.71, s:0.97); la capacidad de respuesta fue percibida como negativa (2.63, s:1.03); la seguridad fue valorada como negativa (2.76, s:0.99); y la empatía también como negativa (2.74, s:0.96). En tal sentido, se identificó que la herramienta Servperf tuvo una precisión adecuada para medir la calidad del servicio incluso en una empresa que pueda valorarse como deficiente en su

calidad, lo cual condujo a que concluya que la situación de la empresa objeto de estudios es regular a negativa y que posee muchas oportunidades de mejora.

1.2 Bases teóricas

1.2.1 Calidad del Servicio

Diversos autores plantean a la calidad del servicio como el resultado de las actividades ofrecidas en un servicio que es percibida por el cliente o usuario en base a su diseño, ejecución adecuada y que debe desarrollarse en base al aprovechamiento de ventajas competitivas (Krudthong, 2017).

Según Hoffman y Bateson (2011) este concepto es en primer lugar distinto a la satisfacción del cliente, pues esta última es una medida específica en el corto plazo, mientras que la calidad del servicio hace referencia a la evaluación del performance en el largo plazo y mediante una evaluación general. La calidad del servicio según Gambo (2016) es un concepto multidimensional que el cliente evalúa como resultado de un proceso, el cual suele estar sujeto a comparaciones y evaluaciones entre lo que esperan y lo que perciben.

Según Parasuraman et al. (1989), la calidad del servicio se define como las percepciones resultantes de una comparación de las expectativas del consumidor con el desempeño real del servicio. Introdujeron el modelo Servqual, centrándose en la brecha entre las expectativas y percepciones del cliente

Cronin y Taylor (1994) llevaron a cabo un re examen y ampliación del concepto de calidad del servicio. Exploraron la compleja interacción entre las

fuerzas del mercado y las experiencias de los clientes, enfatizando la relación entre la calidad del servicio, la satisfacción del consumidor y las expectativas del cliente.

En tal sentido, la presente investigación utilizará en adelante la definición de Cronin y Taylor, cuyas dimensiones para la identificación de la calidad del servicio son las 5 dimensiones propuestas por Parasuraman, et al. (1989) en el modelo SERVQUAL: Confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles.

Modelos de Calidad de Servicio

Modelo Importance-Performance analysis (IPA). El IPA se basa en la evaluación de dos aspectos clave: el peso que los clientes proporcionan a ciertas condiciones y/o características del producto/servicio y el rendimiento real percibido de esos atributos. Su enfoque principal es identificar áreas donde las expectativas del cliente son altas pero el rendimiento es bajo, lo que indica oportunidades de mejora (Avalo, et al. 2007).

Los clientes proporcionan calificaciones sobre la importancia y el rendimiento de varios atributos. Estas calificaciones se representan en una matriz que visualiza la relación entre importancia y rendimiento. A partir de ello se formulan cuadrantes específicos que indican acciones estratégicas: mejorar atributos con alta importancia y bajo rendimiento. Utilizado en la gestión de servicios y productos para alinear estrategias con las expectativas del cliente, este

modelo se aplica en diversos sectores, desde servicios financieros hasta la mejora de productos y servicios tecnológicos (Sever, 2015).

Modelo SERVQUAL. La evaluación de la calidad del servicio se realiza tradicionalmente mediante el Modelo SERVQUAL, concebido por Parasuraman, Zeithaml y Berry en la década de 1980. Este modelo se fundamenta en la premisa de que la calidad del servicio se puede medir al contrastar las expectativas de los clientes con sus percepciones reales postexperiencia del servicio (Parasuraman et al., 1988).

El Modelo SERVQUAL consta de cinco dimensiones principales, cada una englobando varios atributos específicos:

Tangibilidad: Esta dimensión se centra en los aspectos físicos y materiales del servicio. Incluye la apariencia de las instalaciones, la presentación del personal y cualquier material de comunicación. Los elementos tangibles contribuyen a la percepción general de la calidad del servicio (Parasuraman, et al, 1988).

Según Izquierdo (2018), estos elementos incluyen la apariencia de las instalaciones físicas, las personas que trabajan en el servicio, los equipos utilizados y los materiales empleados. Duque (2005) también menciona que los elementos tangibles se basan en características fundamentales de los servicios, como su intangibilidad y la falta de diferenciación entre la producción y la entrega. Estos autores coinciden en que los elementos tangibles son visibles y palpables, lo que los clientes pueden percibir directamente al interactuar con el servicio.

Fiabilidad: La fiabilidad se refiere a la capacidad de la empresa para brindar servicios de manera consistente y precisa. Implica cumplir las promesas, ofrecer servicios de manera confiable y sin errores, y mantener la confianza del cliente en la calidad del servicio (Parasuraman, et al. 1988).

Por otro lado, Clemenza (2010) reafirma dicha definición al mencionar que la fiabilidad se refiere a la capacidad de una organización para brindar un servicio de manera consistente y confiable, siendo evaluada como la capacidad de ofrecer una calidad constante del servicio o producto.

Capacidad de respuesta: Esta dimensión evalúa la disposición y la capacidad de la empresa para ayudar a los clientes y brindar un servicio rápido y eficiente. Incluye la atención rápida a las necesidades del cliente y la disposición para resolver problemas de manera efectiva (Parasuraman, et al. 1988).

Según Duque (2005) la capacidad de respuesta se refiere a la capacidad de una empresa para reconocer las necesidades de los clientes y proporcionar respuestas adecuadas y oportunas a esas necesidades; mientras que Clemenza (2010) la define como la capacidad de respuesta como la habilidad de una institución u organización para reconocer las necesidades de la comunidad y desarrollar acciones para satisfacerlas.

Seguridad: La seguridad se refiere a la sensación de protección que el cliente experimenta al utilizar los servicios de la empresa. Incluye la garantía de la

integridad física, la seguridad financiera y la confidencialidad de la información del cliente (Parasuraman, et al. 1988).

Por otro lado, Ganga, Alarcón y Pedraza (2019) definen a la dimensión seguridad como el conocimiento por parte de los servidores y la habilidad para inspirar confianza en el usuario que esta recibiendo el servicio, así como hacia los potenciales usuarios.

Empatía: La empatía implica la atención y el cuidado personalizados hacia los clientes. Se relaciona con la disposición de la empresa para comprender las necesidades individuales, proporcionar atención personalizada y demostrar preocupación genuina por el bienestar del cliente(Parasuraman, et al. 1988).

Por otro lado, Torres y Luna (2017) definen a la empatía como la capacidad de la empresa para comprender las necesidades y preocupaciones de los clientes y responder de manera adecuada y personalizada a ellas, siendo la habilidad de ponerse en el lugar del cliente y actuar con sensibilidad hacia sus emociones y circunstancias individuales.

Para evaluar la calidad del servicio con SERVQUAL, se realiza una encuesta donde los clientes califican sus expectativas previas y percepciones actuales en cada atributo. Comparando las puntuaciones, se calculan brechas de calidad, identificando áreas de mejora y estrategias para cerrarlas.

Sin embargo, el uso del modelo SERVQUAL presenta desafíos en evaluaciones prospectivas transversales, sugiriéndose la opción del modelo de Cronin y Taylor (1993) según diversos autores.

Modelo SERVPERF. La versión del modelo Servqual desarrollada por Cronin y Taylor (1993) representa una alternativa para evaluar la calidad del servicio, destacándose por su característica distintiva de omitir la evaluación previa al servicio. Esta omisión resulta en una reducción del 50% en los recursos necesarios para llevar a cabo el trabajo de campo, mitigando la posibilidad de que los encuestados abandonen después de recibir el servicio.

El modelo Servperf de Cronin y Taylor se aplica en diversos contextos de prestación de servicios y se combina con cuestionarios centrados en la identificación específica de la satisfacción del cliente. Esta variable se deriva de la discrepancia entre expectativas y realidad en el modelo original de Parasuraman et al. (1988).

Las dimensiones que evalúa el SERVPERF son las mismas que el modelo SERVQUAL, por lo que no se presentan a detalle nuevamente y se resumen en la Figura 1 para su entendimiento más ágil.

Figura 1.

Dimensiones SERVPERF.



Fuente: Palacios y Córdova, 2021.

Finalmente, debido a la naturaleza del sector a evaluar y los recursos que requiere cada modelo, tanto en extensión de población o número de intervenciones por usuario/cliente, se plantea el uso del modelo SERVPERF en la presente investigación.

1.2.2 Satisfacción del cliente

La satisfacción del cliente se define como la medida en la cual las expectativas y necesidades de un cliente respecto a un producto o servicio específico son cumplidas o superadas. Según Philip Kotler (2008), reconocido experto en marketing define a la satisfacción del cliente como "la sensación de placer o desencanto que resulta de comparar el rendimiento (o resultado) percibido de un producto en relación con las expectativas del comprador". En otras palabras, la satisfacción del cliente surge de la valoración subjetiva que hace el cliente/ usuario sobre la experiencia real en comparación con lo que esperaba recibir.

La sensación de satisfacción se vincula con la alegría experimentada por el cliente cuando el proveedor de servicios logra cumplir con sus expectativas. Dentro del sector de la gestión en servicios, la satisfacción del cliente puede ser descrita como una síntesis de las respuestas cognitivas y emocionales frente a un evento de servicio específico y/o a una relación de servicio de larga duración (Gosso, 2010).

Otros autores como Moros y Pimentel (2014) mencionan que la satisfacción del cliente es la respuesta ante las acciones que brindan ventaja competitiva a las empresas manifestado en la aceptación del cliente por los servicios que lleva a la generación de la lealtad.

Para Parasuraman, et al. (1989) la satisfacción del cliente es el resultado de la superación de las expectativas de la calidad del servicio esperado por los clientes, por parte de la calidad percibida durante el servicio, es decir, supone un gap positivo a favor de la calidad del servicio ofrecido, lo cual está basado en las expectativas previas del cliente que pueden ser variables.

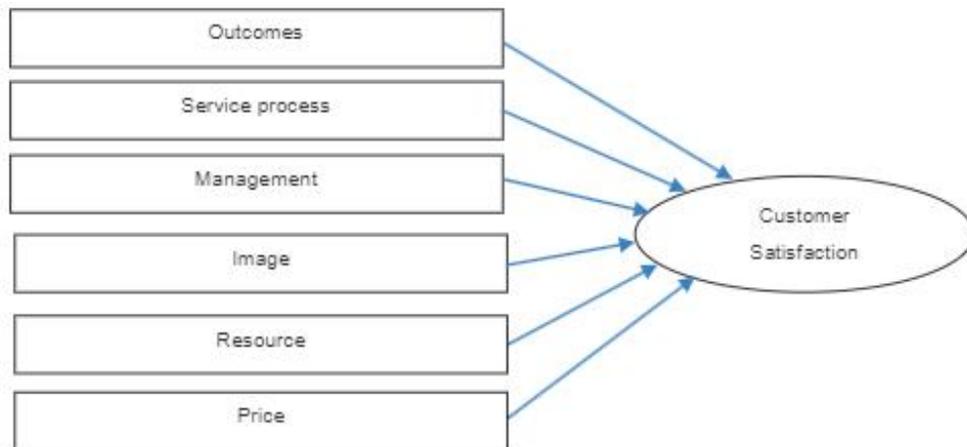
Finalmente, para Ha Nam, et al (2020) la satisfacción de los clientes es el producto de una serie de factores ofrecidos por la empresa prestadora de los servicios en contraposición de las expectativas del consumidor o cliente, los cuales incluyen el proceso del servicio, la administración encargada, la imagen de la empresa, los recursos que se le ofrecen al usuario y el precio.

Modelos de la evaluación de Satisfacción al cliente en el sector de agentes de carga para importadores.

Modelo Para evaluación de satisfacción de clientes importadores en cargas LCL de Ha Nam, et al. El modelo de Ha Nam, et al. (2020) plantea que la satisfacción de los clientes se encuentra definida por los resultados del proceso, los servicios ofrecidos, la administración del proceso, la imagen de la empresa que brinda el servicio, los recursos necesarios para el desarrollo de las actividades y el precio, para la identificación de su modelo aplicaron un estudio exploratorio con análisis factorial bajo el siguiente modelo:

Figura 2:

Modelo Satisfacción de Ha Nam et al



Fuente: Ha Nam et al. (2020).

Finalmente, luego de la evaluación con una capacidad de evaluación de la satisfacción mediante los indicadores planteados se logró la explicación de un 78% de la variable bajo la siguiente estructura:

$$CS = -0.42 + 0.400 \cdot IMA + 0.030 \cdot OUT + 0.379 \cdot SP + 0.038 \cdot MNGT + 0.158 \cdot RES - 0.048 \cdot PRI$$

Donde el modelo planteado explica que la imagen, el proceso del servicio, así como los recursos utilizados son los factores de mayor aporte, mientras que el precio afecta de forma negativa a la satisfacción.

Modelo de la satisfacción de clientes de agentes de carga de Riitho. Este modelo planteado por Riitho (2018) en un estudio realizado en Kenia, plantea una profundización del modelo SERVQUAL para su evaluación directa de la satisfacción mediante indicadores sencillos que son rescatados por Nurwahyudi y

Rimawan (2021) en su estudio sobre el análisis de la satisfacción de los consumidores de agencias de carga.

El modelo de Riitho (2018) plantea que la satisfacción de los clientes se puede considerar mediante los factores de recompra, buenas recomendaciones mediante el método de boca a boca, referencias a otros importadores y lealtad a la empresa que brinda los servicios.

Dado que el modelo está diseñado para ser un complemento de la aplicación del Modelo SERVQUAL y el Modelo SERVPERF, no presenta redundancias en cuanto a los ítems que evalúa la sección de evaluación específica de la satisfacción, por lo que se considera el modelo más adecuado y cercano a los objetivos de la presente investigación.

1.2.3 Servicios logísticos de Agente de carga

Adicionalmente, para un mayor entendimiento del rubro seleccionado es relevante presentar una descripción sobre las actividades que una agencia de carga desempeña en sus servicios logísticos, de tal manera que la interpretación de los resultados sea limitada a los factores propuestos y actividades incluidas en la siguiente descripción.

Las actividades principales de la agencia de carga son:

Consolidado de carga: El agente de carga organiza y combina varios envíos pequeños en uno más grande para maximizar la eficiencia y reducir costos.

Desconsolidado de carga: Al llegar al destino, el agente de carga separa el envío consolidado en sus envíos individuales originales para su distribución final.

Emisión de documentos de transporte: Se valida la información recibida por origen para así generar los documentos necesarios, como las liberaciones respectivas.

Coordinación con agentes de carga en origen: Se establece comunicación y coordinación con agentes en el destino final para asegurar una transferencia fluida y eficiente de las mercancías.

Almacenaje en destino: Ofrece servicios de almacenamiento temporal en destino hasta que las mercancías puedan ser entregadas al destinatario final.

Realización del manifiesto de carga: El agente de carga registra y transmite la información ante la aduana, donde incluye detalles sobre las mercancías transportadas y sus documentos vinculados.

Se puede identificar que las actividades del agente de carga requieren de una comunicación constante lo que deja abierta la necesidad de realizar los procesos de comunicación, disposición de comunicación y respuesta a los clientes como un factor relevante para su calificación como un servicio de carga óptimo.

1.3 Definición de términos básicos

Calidad: Grupo de aspectos inherentes a una cosa que da oportunidad de caracterizarla y valorarla con respecto a los restantes de su especie.

Satisfacción del cliente: Pensamiento del cliente acerca del grado en que se han cumplido sus expectativas de acuerdo con un producto o servicio de determinada organización o empresa.

Cliente: Individuo que usa los servicios o productos de una empresa para satisfacer necesidades o beneficio personal.

Servicio: Es un grupo de acciones que tienen como propósito satisfacer las necesidades e intereses del cliente.

Expectativa: Hace referencia a una suposición basada en el futuro pudiendo ser realista o no. Un resultado menos ventajoso, puede causar decepción en casi todos los casos.

Tangibilidad: Se trata de cómo se ven los equipos, bienes, recursos de comunicación y la infraestructura física del personal.

Capacidad de respuesta: Es la disposición de aportar a los usuarios y proveerlos de un servicio de la manera más rápida posible.

Fiabilidad: Suficiencia de cumplir aquello que se prometió de manera cuidadosa y fiable.

Empatía: Propósito de comprender las emociones y sentimientos intentando vivenciar de manera objetiva y lógica lo que siente la persona.

Seguridad: Busca generar que el cliente se sienta seguro en adquirir el servicio o producto generando confianza.

Personal: Grupo de personas encargado de practicar funciones en una organización o empresa.

Comunicación: Busca que los usuarios estén informados mediante lenguaje que puedan comprender ser escuchados.

Accesibilidad: Fácil de contactar.

Credibilidad: Creencia, honestidad y veracidad en el servicio o producto que brinda.

Instalaciones adecuadas: Conjunto de aspectos físicos que dan lugar a que se lleve a cabo las actividades de la mejor manera y segura con iluminación, áreas adecuadas, baño entre otras.

CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1 Hipótesis de Investigación

2.1.1 Hipótesis General

-La calidad del servicio logístico del Grupo Homero Logistic influye de forma significativa y directa en la satisfacción de los importadores.

2.1.2 Hipótesis Específicas

-La tangibilidad del servicio logístico de del Grupo Homero Logistic influye de forma significativa y directa en la satisfacción de los importadores.

-La fiabilidad del servicio logístico del Grupo Homero Logistic influye de forma significativa y directa en la satisfacción de los importadores.

-La capacidad de respuesta del servicio logístico del Grupo Homero Logistic influye de forma significativa y directa en la satisfacción de los importadores.

-La Seguridad del servicio logístico de una del Grupo Homero Logistic influye de forma significativa y directa en la satisfacción de los importadores.

-La empatía de una agencia del Grupo Homero Logistic influye de forma significativa y directa en la satisfacción de los importadores.

2.2 Variables y definición operacional

Variable de Independiente: Calidad del servicio

Definición conceptual: Evalúa la calidad del servicio que percibieron los clientes respecto de un servicio brindado por Grupo Homero respecto a los servicios logísticos de importación en el primer semestre del año 2024.

Operacionalización de la variable:

Dimensiones de la variable

- Tangibilidad
- Fiabilidad
- Capacidad de respuesta
- Seguridad
- Empatía

Variable de Independiente: Satisfacción del cliente

Definición conceptual: resultado de la evaluación subjetiva de los usuarios frente a la experiencia vivida frente a sus expectativas previamente idealizadas.

Operacionalización de la variable:

Indicadores: Recompra, Comentarios positivos, Referencias, Lealtad a la empresa.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico

El diseño de la presente investigación es de enfoque cuantitativo, para esto Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) explica este tipo de enfoques recopila la información y los convierte en datos cuya finalidad es probar la validez de las hipótesis, mediante una medición contable y un análisis estadístico, para identificar patrones de comportamiento y comprobar hipótesis mediante un comparativo entre la creencias o supuestos y la realidad.

El alcance de la investigación es analítico, el cual tiene como objetivo indagar la influencia de diversos conceptos así como su vinculación y características, así como determinar si no se llegara a encontrar mayor relación. Hernández-Sampieri y Mendoza (2018). Así es como permite desarrollar una discusión en base a la relación entre las variables dependientes e independientes.

El tipo de investigación es aplicada, que se refiere a la implementación de la cognición previa para así poder solucionar problemas en la realidad cotidiana Hernández-Sampieri y Mendoza (2018).

Por otro lado el tipo de Diseño es no experimental, por ende no se manipulan las variables de manera intencional ya que estas son determinadas desde un aspecto evaluador dentro de una situación natural Hernández-Sampieri y Mendoza (2018).

En Delimitación temporal se aplica un diseño Transversal o transaccional el cual recolecta la información en un solo momento, en un tiempo único. Con la finalidad de explicar y analizar las variables en ese tiempo para ver su interrelación Hernández-Sampieri y Mendoza (2018). Se procederá con una encuesta aplicada una sola vez por participante.

3.2 Diseño muestral

3.2.1 Población

La población se plantea como los importadores de Lima Metropolitana que utilicen servicios de Agente de Carga de la empresa Grupo Homero, los cuales ascienden a 164 clientes. En reunión personal con el Gerente General se indicó que en el último periodo la empresa Grupo Homero atendió a 164 clientes

Criterios de inclusión.

- Clientes cuyo servicio haya concluido en el periodo 2024

3.2.2 Muestreo y Muestra

El muestreo se realizará por conveniencia de acuerdo con el número de respuestas obtenidas, por lo que se plantea un muestreo no probabilístico accidental para la presente investigación.

Dado los siguientes datos:

Z(0.975)=	1.95996
Z ² =	3.84146
N =	164
N-1 =	163
P =	0.5
Q =	0.5
E =	0.05
E ² =	0.0025

Se aplicó la fórmula de muestreo aleatorio simple con un 5% de margen de error y una probabilidad de éxito (P) y fracaso (Q) del 50%.

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 \times P \times Q \times N}{E^2 \times (N - 1) + Z_{1-\alpha/2}^2 \times P \times Q}$$

Siendo el resultado el siguiente

Reemplazando valores en la fórmula:

$$n = \frac{157.5}{1.36786} = \mathbf{115}$$

Por lo tanto la muestra está determinada en 115 importadores usuarios de la empresa Grupo Homero Logistic.

3.3 Técnicas de recolección de datos:

Para la recolección de datos se plantea un cuestionario en escala de Likert, lo cual permitirá su rápido procesamiento y traslado de información, la técnica será la encuesta de tipo virtual mediante un formato de Google formatos.

Las encuestas planteadas estarán compuestas por el cuestionario SERVPERF de Cronin y Taylor de 22 ítems, adaptado a la presente investigación en base a los conceptos manejados en el sector de agentes de carga; y como segundo componente se presenta el cuestionario de satisfacción de clientes de Riitho de 7 ítems.

La escala de Likert se presentará según la teoría de Matas (2018) con 6 alternativas, reduciendo así la posibilidad de obtener datos no relevantes en el formato de indiferente o “ni acuerdo ni desacuerdo”, y conteniendo una serie de alternativas varias que permiten al encuestado expresar su posición de forma específica.

3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

Para la presentación de la información se utilizaron herramientas como el Excel 2018 y el SPSS versión 29, para el procesamiento adecuado se elaboró Tablas y figuras estadísticas que muestran la información obtenida.

De acuerdo a los atributos de las variables cuantitativas de la investigación, se plantea que los resultados de las encuestas se presenten en tablas de distribución de frecuencia y gráficos de barras. (Vara, A. 2012).

Para corroborar las hipótesis se trabaja a través del juicio del valor de la significancia obtenida de las pruebas de correlación, posterior a la evaluación de la normalidad.

Validez de Instrumentos

La validez de los instrumentos se desarrolló mediante formatos de validación entregados a expertos en el área pertenecientes a la plana docente con especialidad en exportaciones o metodología de investigación de la Universidad de San Martín de Porres.

Tabla 1.

Validación por juicio de expertos

Experto consultado	Grado Académico	Veredicto
Anci Farro, Villain Iván	Magister	Aprobado
Laoz López, José Enrique	Doctor	Aprobado
Rios Angeles, Nivardo	Doctor	Aprobado
Baca Neglia, America Silvoia	Magister	Aprobado

Nota: Elaboración Propia

Confiabilidad de instrumentos

La confiabilidad de los instrumentos se evaluó mediante el coeficiente alfa de Cronbach, el cual evalúa la consistencia interna a nivel de dimensiones y variables.

Tabla 2.*Valoración del alfa de Cronbach*

Alfa de Cronbach	Consistencia Interna
$\alpha \geq 0.9$	<i>Excelente</i>
$0.8 \leq \alpha < 0.9$	<i>Buena</i>
$0.7 \leq \alpha < 0.8$	<i>Aceptable</i>
$0.6 \leq \alpha < 0.7$	<i>Cuestionable</i>
$0.5 \leq \alpha < 0.6$	<i>Pobre</i>
$\alpha < 0.5$	<i>Inaceptable</i>

Nota: Elaborado a base de la información de gpl Research.

Tabla 3.*Resultado de Confiabilidad mediante coeficiente Alfa de Cronbach*

Dimensión/Variable	Alfa de Cronbach	Característica de Consistencia Interna.
Tangibilidad	0.911	Excelente
Fiabilidad	0.729	Aceptable
Capacidad de respuesta	0.920	Excelente
Seguridad	0.862	Buena
Empatía	0.917	Excelente
Calidad del servicio	0.947	Excelente
Satisfacción del cliente	0.877	Buena

Nota: Elaboración Propia

Para la obtención de los resultados de confiabilidad se efectuó una prueba piloto aplicada a 20 sujetos de la muestra seleccionada, lo cual permitió realizar el análisis estadístico mediante el coeficiente alfa de Cronbach. En base a las calificaciones establecidas en la Tabla 2, los resultados de confiabilidad mediante el uso del coeficiente alfa de Cronbach muestran que las dimensiones y variables cuentan con una calificación de consistencia interna aceptable, buena o excelente.

3.5 Aspectos éticos

Es importante mencionar que para el desarrollo de la investigación no se utilizará el estudio de otros investigadores o autores como si fueran propios. Por ende, se utilizará de manera correcta la normativa APA para así citar adecuadamente las fuentes que se hayan utilizado para establecer precedentes asociados al objetivo del estudio. Así es como se brindó correctamente la información de todos los contribuyentes a la finalización de este estudio. Por otro lado se presentarán los posibles conflictos que puedan surgir ante los distintos puntos, ya sea como autor, asesor y evaluador.

Los resultados obtenidos serán expuestos basándose en los principios de la honestidad y la objetividad, describiendo los hallazgos reales para cumplir con los objetivos planteados. Se tratará con la debida reserva la información obtenida y no se utilizará para propósitos distintos a los de los objetivos de la investigación. Se

mantendrá la libertad de conocimiento como un valor esencial en la presente investigación, sin interferir en la libertad de pensamiento de otras personas ni permitir que otros intereses influyan en el manejo de la información.

Así es como, se mantendrá la dignidad académica y profesional que corresponde al prestigio institucional de la Universidad de San Martín de Porres.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1 Análisis de la muestra

Tabla 4.

Descripción de la muestra

Característica	Frecuencia	Porcentaje
Género		
Femenino	62	52.5%
Masculino	56	47.5%
Grupo Etario		
De 18 a 25 años	13	11.0%
De 25 a 35 años	54	45.8%
De 35 a 45 años	37	31.4%
Más de 45 años	14	11.9%
Grado de Instrucción		
Estudios primarios	1	0.8%
Estudios secundarios	13	11.0%
Estudios técnicos	26	22.0%
Estudios universitarios	59	50.0%
Estudios de posgrado	19	16.1%

Cargo

Administrador	23	19.5%
Asistente de logística o Importaciones	37	31.4%
Dueño	11	9.3%
Gerente	15	12.7%
Jefe de Logística o Importaciones	32	27.1%

Frecuencia de importación

Más de una importación mensual	31	26.3%
Una importación al año o menos	10	8.5%
Una importación cada tres meses	22	18.6%
Una importación cada seis meses	20	16.9%
Una importación mensual	35	29.7%

Nota: Elaboración propia en base a resultados de SPSS®

Entonces los encuestados para el presente estudio estuvieron caracterizados por pertenecer de forma homogénea a ambos géneros, pertenecientes al grupo etario de 25 a 45 años, es decir, adultos jóvenes; los cuales también se caracterizan por poseer estudios universitarios o de postgrado. El cargo que ocupó el encargado de responder el cuestionario fue diverso entre asistentes, jefes y gerentes; y la frecuencia de importación más común fue la de

más de una importación mensual y las de solo una importación mensual, es decir, son importadores que repiten el uso de los servicios logísticos de importación.

4.2 Análisis descriptivo de variables

Tabla 5.

Estadísticos descriptivos

	N	Media	Desv. estándar	Asimetría		Curtosis	
				Estadístico	Error estándar	Estadístico	Error estándar
Tangibilidad	118	5.2797	0.593	-1.039	0.223	1.717	0.442
Fiabilidad	118	5.4034	0.509	-0.961	0.223	1.201	0.442
Capacidad De Respuesta	118	5.4301	0.491	-0.921	0.223	1.323	0.442
Seguridad	118	5.4958	0.422	-0.752	0.223	0.995	0.442
Empatía	118	5.4339	0.507	-2.058	0.223	9.960	0.442
Satisfacción	118	5.4588	0.436	-0.613	0.223	0.314	0.442
N válido (por lista)	118						

Nota: Elaboración propia en base a resultados de SPSS®

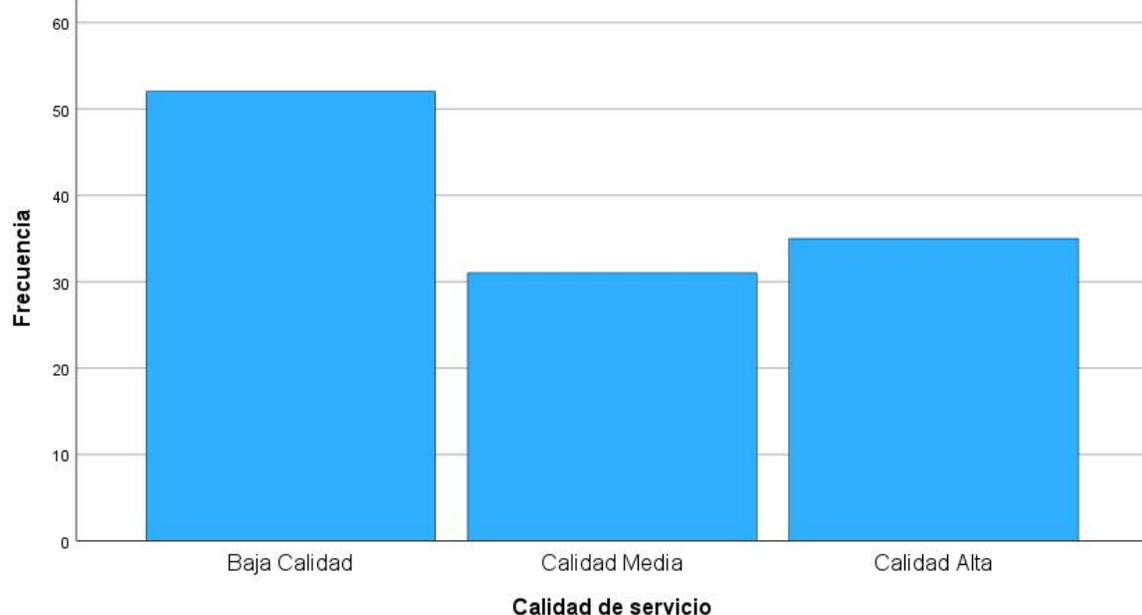
Entonces, según la tabla 5 podemos observar que la calificación media de las variables se sitúa en un valor alto respecto a la escala de Likert de 6 valores utilizada, con medias rondando el valor 5.4, además, poseer una desviación estándar de medio punto, es decir, que los valores se encuentran concentrados y esto es confirmado por el nivel de curtosis y asimetría, que refleja una inclinación

hacia el lado positivo (asimetría negativa) y con una distribución conglomerada alrededor de la media.

Luego, se realizó un baremo para la descripción de las variables, para lo cual se estableció los valores mínimos y máximos identificados y se estableció puntos de corte en el cuartil 30 y 70, estableciendo de esta forma 3 rangos de datos que permiten establecer los valores de rango inferior, medio y superior.

Figura 3.

Calidad del servicio logístico

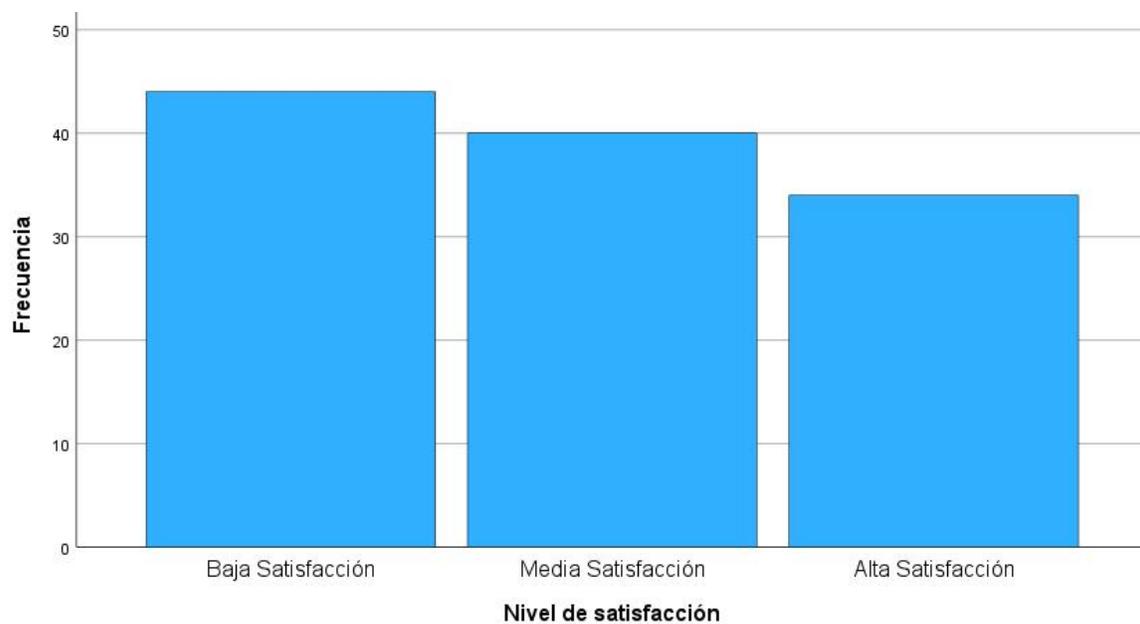


Nota: Elaboración propia en base a resultados de SPSS®

Según los resultados mostrados en la figura 3, hay una distribución homogénea de los encuestados respecto a las calificaciones de calidad alta, media y baja.

Figura 4.

Satisfacción de los clientes de los servicios logísticos de Grupo Homero



Nota: Elaboración propia en base a resultados de SPSS®

Luego, los resultados de la figura 4 muestran que la satisfacción, siempre considerando la media presentada en la tabla 5, es de distribución homogénea entre una satisfacción baja, media y alta.

4.3 Planteamiento de Hipótesis

Tabla 6.

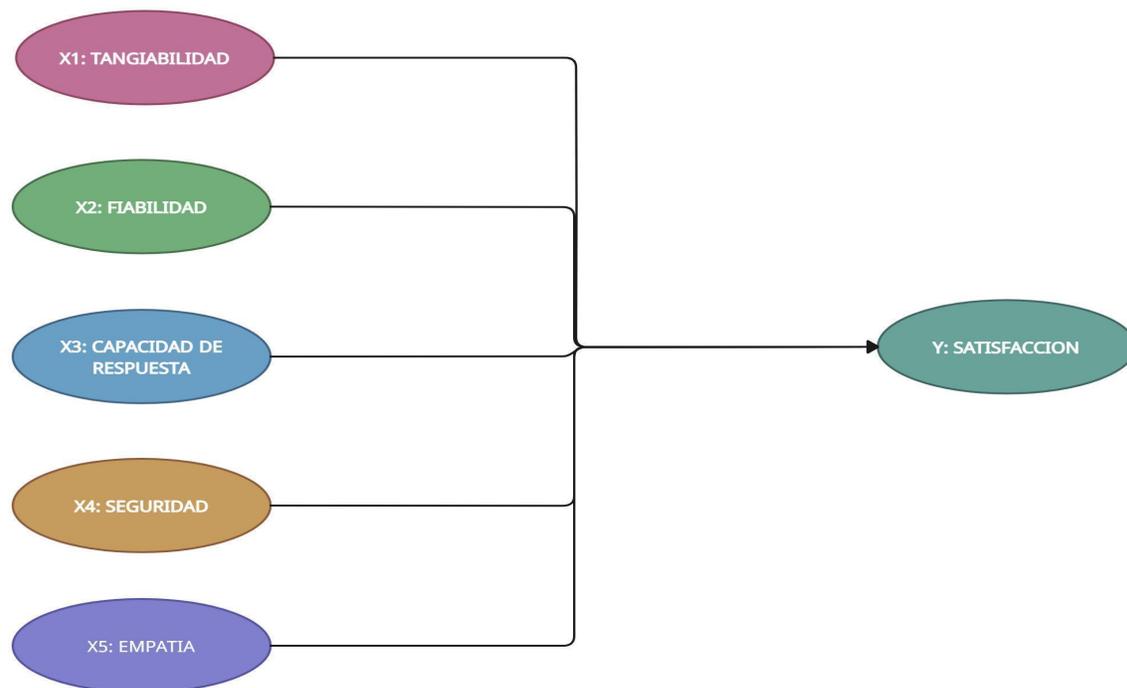
Planteamiento de hipótesis nulas

Hipótesis	Hipótesis Nula	Hipótesis Alternativa
Hipótesis General	La calidad del servicio logístico del Grupo Homero Logistic no influye en la satisfacción de los importadores.	La calidad del servicio logístico del Grupo Homero Logistic influye de forma significativa y directa en la satisfacción de los importadores.
Hipótesis específica 1 (H1)	La tangibilidad del servicio logístico de del Grupo Homero Logistic no influye en la satisfacción de los importadores	La tangibilidad del servicio logístico de del Grupo Homero Logistic influye de forma significativa y directa en la satisfacción de los importadores
Hipótesis específica 2 (H2)	La fiabilidad del servicio logístico del Grupo Homero Logistic no influye en la satisfacción de los importadores.	La fiabilidad del servicio logístico del Grupo Homero Logistic influye de forma significativa y directa en la satisfacción de los importadores.
Hipótesis específica 3 (H3)	La capacidad de respuesta del servicio logístico del Grupo Homero Logistic no influye en la satisfacción de los importadores.	La capacidad de respuesta del servicio logístico del Grupo Homero Logistic influye de forma significativa y directa en la satisfacción de los importadores.

Hipótesis específica 4 (H4)	La seguridad del servicio logístico de una del Grupo Homero Logistic no influye en la satisfacción de los importadores.	La seguridad del servicio logístico de una del Grupo Homero Logistic influye de forma significativa y directa en la satisfacción de los importadores.
Hipótesis específica 5 (H5)	La tangibilidad del servicio logístico de del Grupo Homero Logistic no influye en la satisfacción de los importadores	La tangibilidad del servicio logístico de del Grupo Homero Logistic influye de forma significativa y directa en la satisfacción de los importadores

Nota. Esta tabla muestra el planteamiento de Hipótesis Nulas y Alternas.

Figura 5. Modelo de investigación



Nota. Esta figura muestra la supuesta relación entre la primera variable de calidad a la variable de Satisfacción.

4.4 Prueba de normalidad

Para la determinación del método de correlación a utilizar basado en la existencia o no del parámetro de normalidad de distribución de los datos recabados mediante las encuestas se aplicó la prueba de Kolmogorov-Smirnov, al poseer una muestra superior a las 50 unidades.

Para la determinación de los resultados se implementó la siguiente regla de decisión en base a la hipótesis de normalidad de datos.

H0: La variable sigue distribución normal (Hipótesis nula)

H1: La variable no sigue una distribución normal (Hipótesis alternativa).

Siendo la regla de decisión la siguiente: si $\text{Sig.} < \alpha$, entonces se rechaza la hipótesis nula; mientras que si $\text{Sig.} > \alpha$, entonces no se rechaza la hipótesis nula; donde además el valor de α para la presente investigación se planteó en 0.05 o 5% de margen de error admisible.

Tabla 7

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
TANGIBILIDAD	0.149	118	<0.001
FIABILIDAD	0.167	118	<0.001
CAPACIDAD DE RESPUESTA	0.150	118	<0.001

SEGURIDAD	0.146	118	<0.001
EMPATÍA	0.143	118	<0.001
SATISFACCIÓN	0.130	118	<0.001

.Nota: Elaboración propia en base a resultados de SPSS® Esta tabla muestra el valor de la significancia de cada variable.

Observando los resultados de la evaluación mediante la prueba de normalidad realizada se puede rechazar la hipótesis nula en la evaluación de cada dimensión de la calidad y la variable satisfacción, por lo cual no se identifica normalidad de datos en ningún caso.

4.5 Comprobación de hipótesis

Para la facilidad de lectura y organización de datos, se trabajará en referencia a la tabla n del acápite 4.3 de planteamiento de las hipótesis, asimismo, la prueba estadística utilizada para la determinación de la correlación fue el coeficiente de correlación de Spearman, acorde a la prueba de normalidad realizada a los datos.

4.5.1 Contrastación de hipótesis específica 1

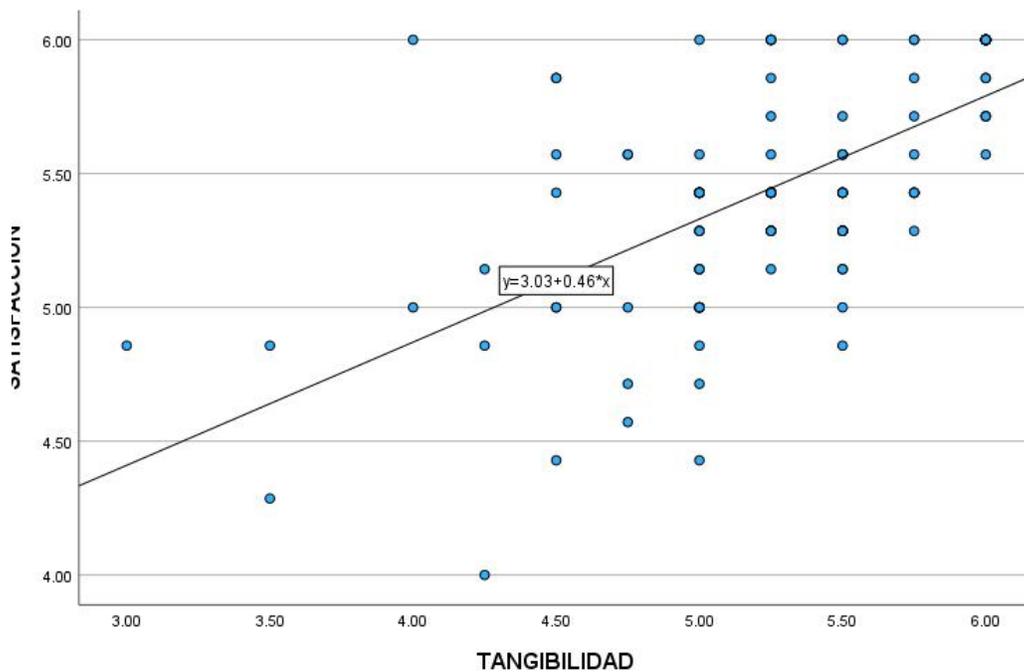
Análisis de Correlación: Se realizó el análisis de correlación entre la dimensión de Tangibilidad y la variable Satisfacción, en la cual se identificó una correlación significativa, directa con un Rho de 0.629 entre la dimensión de tangibilidad de la calidad del servicio y la satisfacción de los importadores clientes de Grupo Homero en el primer semestre del 2024.

Tabla 8.
Coefficiente de correlación entre tangibilidad y satisfacción

Variables	Coefficiente Rho de Spearman	Sig. Bilateral (P valor)
TANGIBILIDAD SATISFACCIÓN	0.629	0.000

Nota: Elaboración propia en base a resultados de SPSS®

Figura 6.
Gráfico de dispersión entre tangibilidad y satisfacción.



Análisis de regresión lineal simple:

Tabla 9.
Resumen del modelo y Análisis de Varianza (ANOVA)

R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Sig.
0.625	0.391	0.386	0.001

Tabla 10.
Coefficientes del modelo

	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	T	Sig.
	B	Desv. Error	Beta		
(Constante)	3.030	0.283		10.69	<0.001
TANGIBILIDA D	0.460	0.053	0.625	8.628	<0.001

Entonces, la fórmula de RLS entre la tangibilidad y la satisfacción es la siguiente:

$$\text{SATISFACCIÓN} = 3.03 + 0.460 * \text{TANGIBILIDAD}$$

Se identifica que a nivel de relación de dimensión y variable la tangibilidad influye en la satisfacción de los importadores de forma significativa (sig.<0.001), por lo cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

4.5.1 Contrastación de hipótesis específica 2

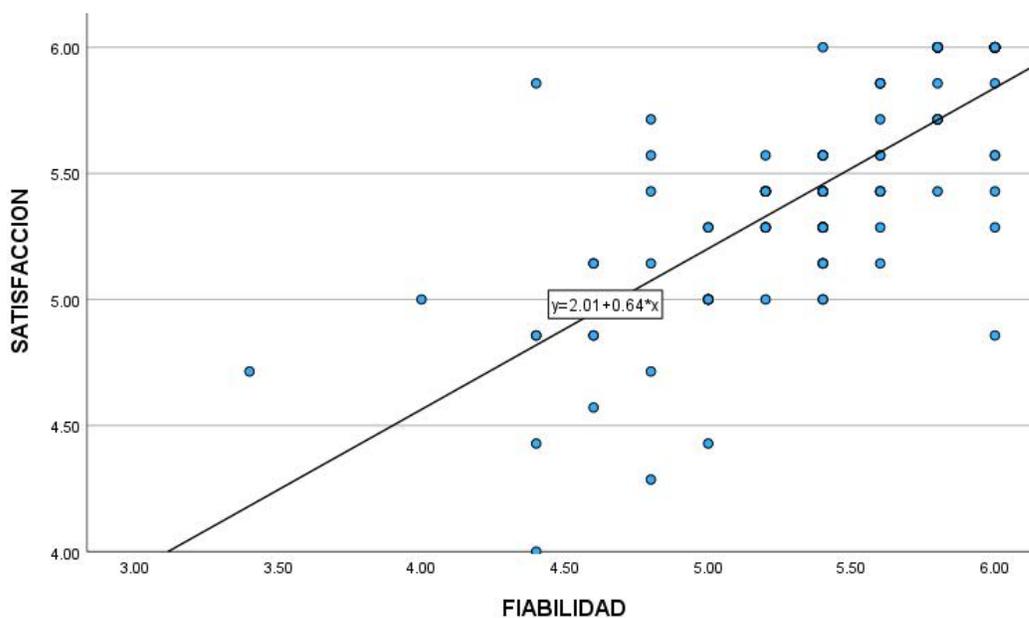
Análisis de Correlación: Se realizó el análisis de correlación entre la dimensión de fiabilidad y la variable Satisfacción, en la cual se identificó una correlación significativa, directa con un Rho de 0.767 entre la dimensión de fiabilidad de la calidad del servicio y la satisfacción de los importadores clientes de Grupo Homero en el primer semestre del 2024.

Tabla 11.
Coefficiente de correlación entre fiabilidad y satisfacción

Variables	Coefficiente Rho de Spearman	Sig. Bilateral (P valor)
FIABILIDAD SATISFACCIÓN	0.767	0.000

Nota: Elaboración propia en base a resultados de SPSS®

Figura 7.
Gráfico de dispersión entre fiabilidad y satisfacción



Análisis de regresión lineal simple:

Tabla 12.

Resumen del modelo y Análisis de Varianza (ANOVA)

R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Sig.
0.745	0.555	0.551	0.001

Nota: Elaboración propia en base a resultados de SPSS®

Tabla 13.

Coefficientes del modelo

	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Desv. Error	Beta		
(Constante)	2.013	0.288		6.99	<.001
FIABILIDAD	0.638	0.053	0.745	12.028	<.001

Nota: Elaboración propia en base a resultados de SPSS®

Entonces, la fórmula de RLS entre la fiabilidad y la satisfacción es la siguiente:

$$\text{SATISFACCIÓN} = 2.013 + 0.638 \cdot \text{FIABILIDAD}$$

Se identifica que a nivel de relación de dimensión y variable la fiabilidad influye en la Satisfacción de los importadores de forma significativa (sig.<0.001), por lo cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

4.5.3 Contrastación de hipótesis específica 3

Análisis de Correlación: Se realizó el análisis de correlación entre la dimensión de capacidad de respuesta y la variable Satisfacción, en la cual se identificó una correlación significativa, directa con un Rho de 0.658 entre la dimensión de capacidad de respuesta de la calidad del servicio y la satisfacción de los importadores clientes de Grupo Homero en el primer semestre del 2024

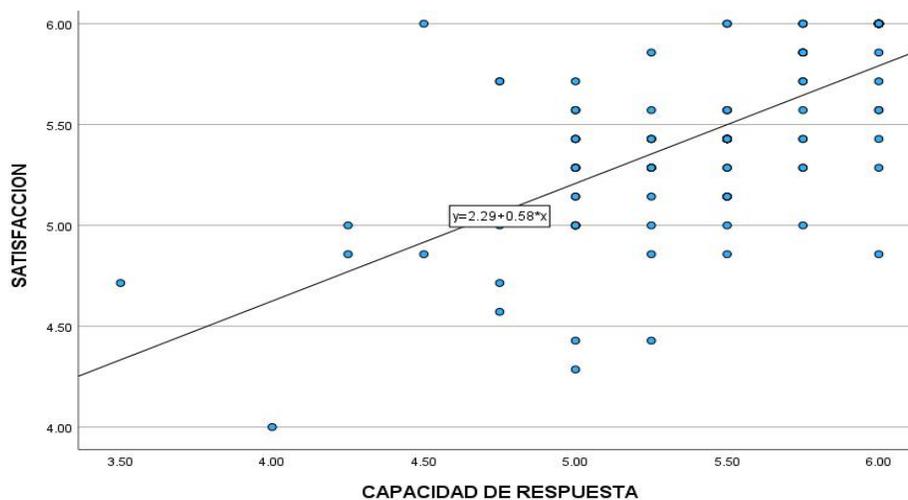
Tabla 14.
Coefficiente de correlación entre capacidad de respuesta y Satisfacción

Variables	Coefficiente Rho de Spearman	Sig. Bilateral (P valor)
Capacidad de respuesta Satisfacción	0.658	0.000

Nota: Elaboración propia en base a resultados de SPSS®

Figura 8.

Gráfico de dispersión entre Capacidad de respuesta y Satisfacción.



Análisis de regresión lineal simple:

Tabla 15.

Resumen del modelo y Análisis de Varianza (ANOVA)

R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Sig.
0.656	0.431	0.426	0.001

Tabla 16.

Coefficientes del modelo

	Coefficientes no estandarizados		Coefficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Desv. Error	Beta		
(Constante)	2.293	0.339		6.758	<0.001
Capacidad de respuesta	0.583	0.062	0.656	9.372	<0.001

Nota: Elaboración propia en base a resultados de SPSS®

Entonces, la fórmula de RLS entre la capacidad de respuesta y la satisfacción es la siguiente:

$$\text{SATISFACCIÓN} = 2.293 + 0.583 \cdot \text{CAPACIDAD DE RESPUESTA}$$

Se identifica que a nivel de relación de dimensión y variable la capacidad de respuesta influye en la Satisfacción de los importadores de forma significativa (sig.<0.001), por lo cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

4.5.4 Contrastación de hipótesis específica 4

Análisis de Correlación: Se realizó el análisis de correlación entre la dimensión de Seguridad y la variable Satisfacción, en la cual se identificó una correlación significativa, directa con un Rho de 0.683 entre la dimensión de Seguridad de la calidad del servicio y la satisfacción de los importadores clientes de Grupo Homero en el primer semestre del 2024.

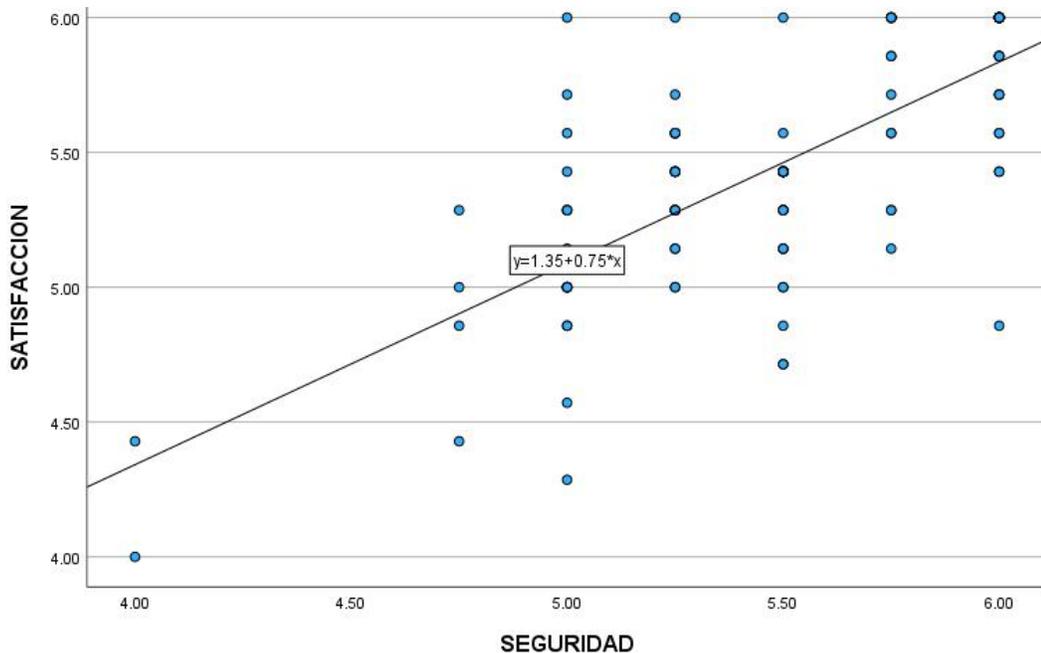
Tabla 17.
Coefficiente de correlación entre seguridad y satisfacción

Variables	Coefficiente Rho de Spearman	Sig. Bilateral (P valor)
Seguridad Satisfacción	0.683	0.000

Nota: Elaboración propia en base a resultados de SPSS®

Figura 9.

Gráfico de dispersión entre seguridad y satisfacción.



Análisis de regresión lineal simple:

Tabla 18.

Resumen del modelo y Análisis de Varianza (ANOVA)

R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Sig.
0.723	0.522	0.518	0.001

Nota: Elaboración propia en base a resultados de SPSS®

Tabla 19.

Coefficientes del modelo

	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Desv. Error	Beta		
Seguridad	1.355	0.365		3.70	<0.001
X1	0.747	0.066	0.723	11.264	<0.001

Nota: Elaboración propia en base a resultados de SPSS®

Entonces, la fórmula de RLS entre es la siguiente:

$$\text{SATISFACCIÓN} = 1.355 + 0.747 * \text{SEGURIDAD}$$

Se identifica que a nivel de relación de dimensión y variable la seguridad influye en la satisfacción de los importadores de forma significativa (sig.<0.001), por lo cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

4.5.5 Contrastación de hipótesis específica 5

Análisis de Correlación: Se realizó el análisis de correlación entre la dimensión de empatía y la variable satisfacción, en la cual se identificó una correlación significativa, directa con un Rho de 0.752 entre la dimensión de Empatía de la calidad del servicio y la satisfacción de los importadores clientes de Grupo Homero en el primer semestre del 2024.

Tabla 20.

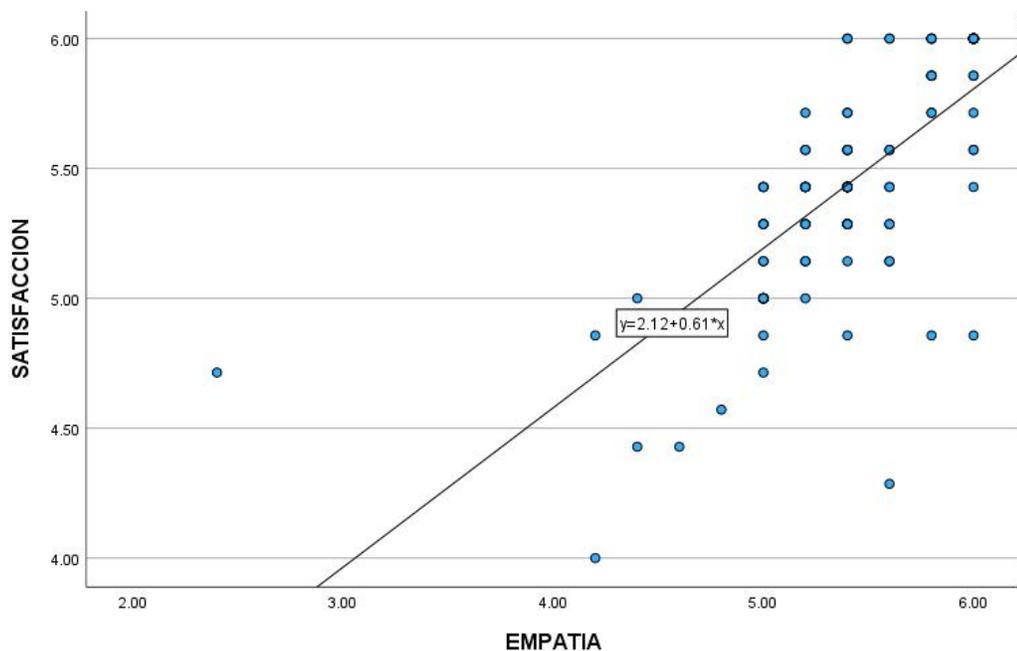
Coefficiente de correlación entre la empatía y la satisfacción

Variables	Coefficiente Rho de Spearman	Sig. Bilateral (P valor)
Empatía Satisfacción	0.752	0.000

Nota: Elaboración propia en base a resultados de SPSS®

Figura 8.

Gráfico de dispersión entre la empatía y la satisfacción



Análisis de regresión lineal simple:

Tabla 21.

Resumen del modelo y Análisis de Varianza (ANOVA)

R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Sig.
0.714	0.509	0.505	0.001

Nota: Elaboración propia en base a resultados de SPSS®

Tabla 22.

Coefficientes del modelo

	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Desv. Error	Beta		
(Constante)	2.123	0.305		6.93	<0.001
Empatía	0.614	0.056	0.714	10.968	<0.001

Entonces, la fórmula de RLS entre la empatía y la satisfacción es la siguiente:

$$\text{SATISFACCIÓN} = 2.123 + 0.614 \cdot \text{EMPATÍA}$$

Se identifica que a nivel de relación de dimensión y variable la empatía influye en la Satisfacción de los importadores de forma significativa (sig.<0.001), por lo cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

4.6 Validación del modelo

En la presente investigación se realiza la validación del modelo global mediante la regresión lineal múltiple a las dimensiones de la calidad propuestas en el modelo SERVPERF como factores que explican la satisfacción de los clientes importadores que utilizan los servicios de la empresa Grupo Homero, por ello se evaluaron las dimensiones con los siguientes resultados.

Modelo inicial

Tabla 23.

Resumen del modelo y Análisis de Varianza (ANOVA)

R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Sig.
0.868	0.753	0.742	0.001

Nota: Elaboración propia en base a resultados de SPSS®

Tabla 24.

Coefficientes del modelo

	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Desv · Error	Beta		
(Constante)	0.317	0.288		1.100	0.274
Tangibilidad	0.218	0.040	0.297	5.410	<0.001
Fiabilidad	0.207	0.071	0.242	2.915	0.004

Capacidad de respuesta	-0.013	0.070	-0.015	-0.188	0.852
Seguridad	0.373	0.067	0.361	5.612	<0.001
Empatía	0.164	0.072	0.190	2.272	0.025

Nota: Elaboración propia en base a resultados de SPSS®

Se observa que el modelo de RLM para la determinación de la satisfacción considera no significativa la influencia de la dimensión capacidad de respuesta (sig.=0.852), por lo cual se procedió a una reevaluación corrigiendo la composición de la variable.

Modelo corregido

Tabla 25.
Resumen del modelo y Análisis de Varianza (ANOVA)

R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Sig.
.868	0.753	0.744	0.001

Nota: Elaboración propia en base a resultados de SPSS®

Tabla 26.
Coefficientes del modelo

	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Desv. Error	Beta		
(Constante)	0.312	0.286		1.092	0.277
Tangibilidad	0.218	0.040	0.296	5.430	<0.001
Fiabilidad	0.204	0.068	0.238	2.976	0.004
Seguridad	0.370	0.063	0.358	5.826	<0.001
Empatía	0.159	0.067	0.185	2.370	0.019

Nota: Elaboración propia en base a resultados de SPSS®

Siendo el resultado del modelo de RLM para la identificación de la Satisfacción el siguiente:

$$\text{SATISFACCIÓN} = 0.312 + 0.218 \cdot \text{TAN} + 0.204 \cdot \text{FIA} + 0.370 \cdot \text{SEG} + 0.159 \cdot \text{EMP}$$

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

5.1. Discusión de resultados

Los resultados de la presente investigación permitieron identificar que como dicta la teoría de Parasuraman, et al. (1989) la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes se relaciona de forma significativa, clarificando que en el escenario de estudio en base a la evaluación de los servicios logísticos de importación de la empresa GRUPO HOMERO, esta relación prevalece y que a nivel correlacional se encuentran relaciones directas y de intensidad alta entre las dimensiones de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del servicio logístico, relación que fue confirmada por Muñoz (2022) quien concuerda que existe relación entre las variables y es un primer punto de comparación general al haber realizado su estudio en base a la calidad de los servicios logísticos de un agente de carga, no obstante solo brinda resultados de confirmación de correlación; lo mismo que Yaşar y Özdemir (2022) identificaron a nivel de evaluación SERVQUAL en el ámbito de transporte por vía aérea, siendo que las variables se encuentran relacionadas de forma consistente en los diversos métodos de transporte presentados en los antecedentes.

Al respecto, Llocya y Ysuares (2022) también encontraron resultados de correlación directa y significativa en el sector de agencias de aduana, los cuales tienen un comportamiento similar, identificando que la seguridad y la empatía fueron los factores de mayor relación con la satisfacción de los clientes, siendo congruente con los resultados del presente estudio, en el cual la empatía se ubicó

entre las 2 dimensiones de mayor correlación con la satisfacción, seguida de la dimensión seguridad.

Rodríguez, et al (2023) también encontraron en agencias de carga pesada una relación significativa entre las variable, siendo concordante con lo identificado en la presente investigación ya que se identificaron similares correlaciones entre los elementos tangibles y la capacidad de respuesta para con la satisfacción, siendo factores relevantes en el transporte de carga, no obstante, la fiabilidad tuvo una relación mucho más inferior y esta diferencia puede relacionarse con la característica de transporte local frente a transporte internacional para importación, pues en los procesos de importación existe una mayor delegación de responsabilidades hacia la empresa de transporte.

Además, Huaman y Puchoc (2020) planteó resultados similares y concordantes, pese a que la evaluación presentada por dichos autores fue en clientes exportadores de mypes, la correlación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes fue similar a la identificada en el presente estudio, que al ser un aporte de la evaluación de la realidad peruana, sugiere que tanto para importadores y exportadores existe similitud de relación entre las variables.

Los resultados también guardan una similitud con lo presentado por Nurwahyudi y Rimawan (2021) quienes identificaron correlaciones fuertes, directas y significativas entre las dimensiones del modelo SERVPERF con la satisfacción de los clientes, con similitud de resultados y mostrando como dimensiones más relevantes a la capacidad de respuesta y la confianza en la correlación con la

satisfacción de los agentes de carga, lo cual implica que existen variables adicionales que modifican la relevancia de cada factor evaluado para generar satisfacción en poblaciones distintas.

El modelo desarrollado para explicar la variable satisfacción del servicio es comparable a la presentada por Chattharn, et al (2020) quienes plantearon un modelo en el cual se tuvo que retirar la fiabilidad de su modelado de la satisfacción de los agentes de aduana, mostrando en contraposición al modelo planteado en el presente estudio en el cual se retiró la dimensión de capacidad de respuesta al no tener una relación significativa en el modelo de regresión línea, diferencia que puede atribuirse a la ligera variabilidad entre los servicios logísticos y de agentes de aduana, pese a que se desarrollan en el mismo sector y regularmente trabajan de la mano.

Frente a las comparativas expuestas, se puede generalizar que la calidad del servicio tiene relación directa y significativa, así como una influencia positiva, en la satisfacción de los clientes de los servicios logísticos para la importación, entre los clientes de la empresa GRUPO HOMERO en el a2024.

CONCLUSIONES

1. La valoración de los elementos tangibles visualizados por los clientes de GRUPO HOMERO es muy positiva tal cual menciona Rodríguez, Uribe y Rey-de-Castro (2023), que obtiene a esta variable como una de las que tiene relación con la satisfacción de los clientes, influyendo en la formación de esta última de forma significativa.
2. La calificación sobre la fiabilidad de los servicios ofrecidos por GRUPO HOMERO es muy positiva y tiene relación con la satisfacción de los clientes, influyendo en la formación de esta última de forma significativa.
3. La capacidad de respuesta de GRUPO HOMERO en sus operaciones logísticas para clientes importadores es valorada como positiva y tiene relación con la satisfacción de los clientes, no obstante, pese a tener una correlación significativa, no forma parte del modelo que describe la satisfacción en un análisis de regresión lineal, por ende, es de las que menos explican la satisfacción de los clientes en la empresa.
4. La seguridad ofrecida en las operaciones logísticas de importación por GRUPO HOMERO valorada como muy buena por los clientes importadores y como dimensión de la calidad del servicio guarda relación con la satisfacción de los clientes, influyendo en la formación de esta última de forma significativa.
5. La empatía mostrada por los trabajadores de GRUPO HOMERO durante la atención a los clientes importadores es percibida como muy buena y tiene relación con la satisfacción de los clientes, influyendo en la formación de esta última de forma significativa.
6. La calidad del servicio logístico y la satisfacción de los clientes importadores presentó una distribución homogénea en los rangos superiores de su calificación, concluyendo que ambas variables se relacionan entre los clientes de GRUPO HOMERO en el 2024.

RECOMENDACIONES

Primera: Respecto a la tangibilidad, que representa tanto las instalaciones como la presentación del equipo comercial y los materiales se les propone reevaluar estos aspectos y buscar crear una mejor imagen en sus clientes y así incrementar la valoración de esta dimensión que según la teoría es crucial para aumentar la percepción de la satisfacción de los clientes, por lo que cualquier esfuerzo adicional incrementa la valoración del servicio.

Segunda: Es aconsejable que GRUPO HOMERO mantenga y refuerce los procesos que garantizan la fiabilidad de sus servicios logísticos. La alta valoración en este aspecto muestra que la fiabilidad es crucial para la satisfacción del cliente, por lo que cualquier esfuerzo adicional para mejorar la consistencia y previsibilidad de los servicios será beneficioso.

Tercera: Aunque la capacidad de respuesta es valorada positivamente, no se refleja como un factor clave en los modelos de regresión lineal. Por lo tanto, se sugiere una revisión de los procesos internos para hacerlos más flexibles y rápidos, sin que esto afecte la estabilidad de otras dimensiones críticas como la fiabilidad y seguridad.

Cuarta: Continuar implementando y mejorando medidas de seguridad en las operaciones logísticas es esencial. Dado que la seguridad es un factor que influye de manera significativa en la satisfacción del cliente, invertir en tecnologías avanzadas de seguimiento y protección de mercancías podría mejorar aún más la percepción de los clientes.

Quinta: Para mantener y potenciar la empatía de los empleados hacia los clientes, se recomienda la implementación de programas de formación continua en habilidades blandas y atención al cliente. Esto asegurará que el personal esté bien

equipado para manejar cualquier interacción con los clientes de manera empática y efectiva.

Sexta: En efecto se sugiere a la empresa reevaluar sus procesos y verificar la razón del porque la variable calidad de respuesta sale del modelo implementado, y implementar medidas para que esta aumente en su significancia respecto a la variable satisfaccion

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Abalo, J. Valera, J. y Manzano V. (2007) Importance values for Importance–Performance Analysis: A formula for spreading out values derived from preference rankings. *Journal of Business Research*. 60 (2), pp: 115-121.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296306001779>
- Banco Mundial (2018). Índice de Desempeño Logístico: competitividad y calidad de servicios logísticos . Recuperado de :
https://datos.bancomundial.org/indicador/LP.LPI.LOGS.XQ?end=2018&name_desc=fa%20lse&start=2018&view=map
- CEPAL (2019) Movimiento de carga en los puertos de América Latina y el Caribe aumentó 7,7% en 2018. <https://www.cepal.org/es/comunicados/movimiento-carga-puertos-america-latina-caribe-aumento-77-2018>
- Chattharn, L., Nuthatai, O. & Thespluem, M. (2020) Effects of service quality on customer satisfaction of the import-export agents in the central region of Thailand. *Revista de Ciencias sociales y humanidades*. 14(2). <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/trujournal/article/view/240314>
- Clemenza, Caterina, Gotera, Ana, & Araujo, Rubén. (2010). Calidad de los Servicios prestados por el Servicio Autónomo Municipal de Administración Tributaria. *Revista Venezolana de Gerencia*, 15(49), 103-124. Recuperado en 19 de febrero de 2024, de
http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842010000100007&lng=es&tlng=es.
- Contreras, J. y Julca, L. (2022) Calidad De Servicio Y Su Relación Con La Satisfacción Del Cliente En Las Agencias Aduaneras En Lima, 2021. [Tesis de grado] Universidad de San Martín de Porres.
https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/11851/contreras_ljc-julca_zla.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Cronin, J. y Taylor, S. (1994). SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling performance-based and perceptionsminus-expectations measurement of service quality. *Journal of Marketing*, 58(1), 125–131.
<http://dx.doi.org/10.2307/1252256>
- Duque, E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Innovar*, 15(25), 64-80. Retrieved February 19, 2024, from http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-50512005000100004&lng=en&tlng=e
- Ganga, F., Alarcón, N., & Pedraja, L. (2019). Medición de calidad de servicio mediante el modelo SERVQUAL: el caso del Juzgado de Garantía de la ciudad de Puerto Montt - Chile. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 27(4), 668-681. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-33052019000400668>
- Gambo, M. (2016). Service quality and customer satisfaction among domestic air passengers in Nigeria. *International Journal of Business and Management Studies*, 8(2), 32-49. Recuperado de: http://www.sobiad.org/ejournals/journal_ijbm/archives/IJBMS2016_2/paper20_Gambo.pdf
- Giao, H. N. K., Thy, N. T. A., Vuong, B., Tu, T. N., Vinh, P. Q., & L. (2020). Customer satisfaction of less than container load cargo service of Logistics companies in HoChiMinh city. *Journal of asian finance, Economics and Business*. 7(8), pp: 333-344. <https://doi.org/10.31219/osf.io/7xqy5>
- González, U (2022) 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. [Tesis de grado, Universidad de San Martín de Porres].
<https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/10514>
- Gosso, F. (2010). Hiper satisfacción del cliente: Conceptos y herramientas para ofrecer un servicio sobresaliente. Panorama editorial.

Gpl Research (s.f.) Coeficiente alfa de Cronbach.

<https://gplresearch.com/coeficiente-alfa-de-cronbach/>

Ha Nam K, Nguyen Thi A, Bui Nhat V, Tran Ngoc T, Pham Quang V, Le Thi Phuong L. (2020) Customer Satisfaction with Less than Container Load Cargo Services in HoChiMinh City, Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*; 7(8): 333–344.
doi:10.13106/jafeb.2020.vol7.no8.333

Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*, Ciudad de México, México: Editorial Mc Graw Hill Education, Año de edición: 2018,

Hoffman, D., Bateson, J. (2011). *Services Marketing: Concepts, Strategies, & Cases*, fourth edition. OH, USA: Cengage Learning.

Huamán, J. y Puchoc, B. (2020) *Relación Entre La Calidad De Servicio logístico de Agentes de Carga Y La Lealtad De Las Mypes Exportadoras De Quinoa En Lima 2019* [Tesis de grado] Universidad San Ignacio de Loyola.
<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/625da451-469d-4e19-a4d7-81e1cee20653/content>

Huang, S.T., Bulut, E. & Duru, O. (2019) Service quality evaluation of international freight forwarders: an empirical research in East Asia. *J. shipp. trd.* 4, 14 .
<https://doi.org/10.1186/s41072-019-0053-6>

Huang, Sheng Teng; Bulut, Emrah; Duru, Okan (2019) : Service quality evaluation of international freight forwarders: An empirical research in East Asia, *Journal of Shipping and Trade (JST)*, ISSN 2364-4575, SpringerOpen, London, Vol. 4, Iss. 14, pp. 1-16, <https://doi.org/10.1186/s41072-019-0053-6>

Izquierdo, C. (2018) *La Calidad De Servicio Y La Satisfacción Del Cliente De La Empresa Burgos's Restaurant En La Ciudad De Puerto Maldonado – 2018* [Tesis de grado. Universidad Andina del Cusco]

https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/2425/Carlo_s_Tesis_bachiller_2018.PDF?sequence=1

- Kotler, P.; Armstrong, G. (2008). Principios de Marketing. Pearson Educación. Madrid.
- Krudthong, S. (2017). A measurement of customer satisfaction towards service quality in a small sized hotel: a case of Silom Village Inn, Bangkok, Thailand. Proceedings of 49th IASTEM International Conference, San Francisco, USA, 20th-21st March 2017, 1-4. Recuperado de: http://www.worldresearchlibrary.org/up_proc/pdf/714-14912984841-4.pdf
- La Cámara.pe (2022) Evolución del número de empresas exportadoras e importadoras entre el 2019 y 2021. Revista Digital de la Cámara de comercio de Lima. <https://lacamara.pe/evolucion-del-numero-de-empresas-exportadoras-e-importadoras-entre-2019-y-2021/>
- Llocya L. y Suarez M. (2022) Calidad de Servicio y la Satisfacción del Cliente en las Agencias de Aduanas del Callao, 2022 [Tesis de grado, Universidad Tecnológica del Perú] <https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/7827>
- Matas A. (2018) Diseño del formato de escalas tipo Likert: un estado de la cuestión. *Revista electrónica de investigación educativa*. 20(1). https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1607-40412018000100038&lng=es&tlng=es
- Mehmet Y. y Emircan O. (2022) Turniting the service quality approach in a different direction: Measuring the ground service quality perceptions of airlines cargo by the Servqual method. *Management Research and Practice*, 14(4). <https://mrp.ase.ro/no144/f1.pdf>
- MINCETUR (2019). REPORTE MENSUAL DE COMERCIO ENERO 2019. Recuperado de:

https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/comercio_exterior/estadisticas_y_publicaciones/estadisticas/exportaciones/2019/RMC_Enero_2019.pdf

Moros, M.A., & Pimiento, E.O. (2014). Impacto de las TIC en la calidad de servicio y satisfacción de los clientes como herramienta de competitividad en el sector financiero. Caso de estudio: banco sofitasa-venezuela. En M.V. Flores, A.V. López, y E.A. Chávez, La productividad, competitividad y capital humano en las organizaciones (pp. 439-468). Ediciones Ilsa S.A.

Moya J. Zavaleta K. (2022) Evaluación de la calidad de servicios de la empresa de transportes BERRIOS S.A.C. de la ciudad de Trujillo – 2022. [Tesis de grado, Universidad Privada del Norte]
https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/33224/TESIS%20FINAL%20%287%29_pdf_total.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Muñoz, N. (2022) Calidad de servicio logístico y su influencia en la satisfacción del cliente según modelo econométrico de la agencia de carga A.HARTRODT PERÚ SAC., Lima 2019. [Tesis de grado, Universidad Ricardo Palma]
<https://repositorio.urp.edu.pe/handle/20.500.14138/5869>

Nurwahyudi y Rimawan (2021) Analysis of customer satisfaction in freight forwarder industry using Servqual, IPA and FMEA methods. Scientific Journal of Maritime Research. 35, pp. 109-117. <https://hrcak.srce.hr/file/377132>

Ozden, A y Celik E. (2021) Analisis de las preioridades en calidad del servicio del transporte de carga durante y antes de la pandemia covid-19. Transport Policy. 108, pp. 34-46.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0967070X21001281>

Palacios, D y Córdoba, J. (2021) Percepción de la calidad de la educación superior de la universidad Tecnológica del Chocó, Perspectiva de los estudiantes.

Revista Criterio Libre.

<https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/criteriolibre/article/view/8374/7658>

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality." *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.

Ramos, E., Mogollón, F., Santur, L., & Cherre, I. (2020). El modelo Servperf como herramienta de evaluación de la calidad de servicio en una empresa. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(2), 417-423.

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000200417&lng=es&tlng=es.

Rodriguez R., Uribe J. y Rey-de-Castro D. (2023) La calidad de servicio del cliente interno basado en el modelo SERVQUAL y su relación con la satisfacción laboral en una empresa de transporte de carga pesada de Lima Metropolitana, 2021. *Revista de investigación UNMSM*, 26(1): 179-202.
<https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/idata/article/view/24243/20074>

Riitho, V. (2018) The influence of service Quality on customer satisfaction: A study of container shipping lines in Kenya from a freight forwarder prespective. [Tesis magistral] Univerisdad Strathmore. <https://suplus.strathmore.edu/server/api/core/bitstreams/6b3e6ee3-6c31-4d9a-a6c4-7d133a0c71b8/content>

Sever, I. (2015) Importance-Performance Análisis: A valid management Tool?. *Tourism Management*. 48, pp: 43-53.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517714002222>

Torres J. Luna I. (2018) Evaluación de la percepción de la calidad de los servicios bancarios mediante el modelos SERVPERF. *Contaduría y Administración*. 62(4) 1270-93.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0186104217300694>

Vara, A. (2012) 7 pasos para una tesis exitosa. Desde la Idea hasta la sustentación. Instituto de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos. Universidad de San Martín de Porres. Lima. <https://www.administracion.usmp.edu.pe/investigacion/files/7-PASOS-PARA-UNA-TESIS-EXITOSA-Desde-la-idea-inicial-hasta-la-sustentaci%C3%B3n.pdf>

Yasar, Mehmet & Özdemir, Emircan. (2022). turning the service quality approach in a different direction: measuring the ground service quality perceptions of airlines by the servqual method. 14. 5-18.

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

ANEXO 2: MATRICES DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

ANEXO 3: CUESTIONARIO SOBRE CALIDAD DE LOS SERVICIOS
LOGÍSTICOS DE GRUPO HOMERO Y SATISFACCIÓN DE CLIENTES
IMPORTADORES DE LIMA - PERÚ.

ANEXO 4: FORMATOS DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS

ANEXO 5: DECLARACIÓN EXPRESA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO DE LA TESIS:	CALIDAD DE LOS SERVICIOS LOGÍSTICOS DEL GRUPO HOMERO LOGISTIC Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DE LOS IMPORTADORES				
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Mypes y emprendimiento				
AUTOR(ES):	ARIAS LOLI, DANIELA ADRIANA				
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general			
¿Cómo influye la calidad del servicio logístico del Grupo Homero Logistic en la satisfacción de los importadores?	Determinar cómo influye la calidad del servicio logísticos del Grupo Homero Logistic en la satisfacción de los importadores.	La calidad del servicio logístico del Grupo Homero Logistic influye de forma significativa y directa en la satisfacción de los importadores.	Variable Independiente: Calidad del servicio Logístico Variable Independiente: Satisfacción de importadores	Tangibilidad Fiabilidad Capacidad de respuesta Seguridad Empatía	Enfoque: Cuantitativo. Tipo: Aplicada. Alcance: Correlacional Diseño: No experimental. Unidad de investigación: Un importador que use los servicios de Grupo Homero Logistic
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas		Indicadores	Fuente de Información
¿Cómo influye la tangibilidad del servicio logísticos del Grupo Homero Logistic en la satisfacción de los importadores?	Identificar cómo influye la tangibilidad del servicio logísticos del Grupo Homero Logistic en la satisfacción de los importadores.	La tangibilidad del servicio logístico de del Grupo Homero Logistic influye de forma significativa y directa en la satisfacción de los importadores	Tangibilidad Variable Independiente: Satisfacción de importadores		n

¿Cómo influye la fiabilidad del servicio logístico del Grupo Homero Logistic en la satisfacción de los importadores?	Identificar cómo influye la fiabilidad del servicio logístico del Grupo Homero Logistic en la satisfacción de los importadores.	La fiabilidad del servicio logístico del Grupo Homero Logistic influye de forma significativa y directa en la satisfacción de los importadores.	Fiabilidad Variable Independiente: Satisfacción de importadores		
¿Cómo influye la capacidad de respuesta del servicio logísticos del Grupo Homero Logistic en la satisfacción de los importadores?	Identificar cómo influye la capacidad de respuesta del servicio logísticos del Grupo Homero Logistic en la satisfacción de los importadores.	La capacidad de respuesta del servicio logístico del Grupo Homero Logistic influye de forma significativa y directa en la satisfacción de los importadores.	Capacidad de respuesta Variable Independiente: Satisfacción de importadores		
¿Cómo influye la seguridad del servicio logístico del Grupo Homero Logistic en la satisfacción de los importadores?	Identificar cómo influye la seguridad del servicio logísticos del Grupo Homero Logistic en la satisfacción de los importadores	La seguridad del servicio logístico de una del Grupo Homero Logistic influye de forma significativa y directa en la satisfacción de los importadores.	Seguridad Variable Independiente: Satisfacción de importadores		
¿Cómo influye la empatía del servicio logístico del Grupo Homero Logistic en la satisfacción de los importadores?	Identificar cómo influye la empatía en del servicio logísticos del Grupo Homero Logistic en la satisfacción de los importadores	La empatía de una agencia del Grupo Homero Logistic influye de forma significativa y directa en la satisfacción de los importadores.	Empatía Variable Independiente: Satisfacción de importadores		

ANEXO 2: MATRICES DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE INDEPENDIENTE: Calidad de Servicio Logístico

Variable 1:		Calidad de Servicio Logístico	
Población:		Importadores de Grupo Homero Logistic	
Variable	DIMENSION	INDICADOR	Ítem
Calidad de S.	TANGIABILIDAD	TANGIABILIDAD	Las instalaciones y equipos de las oficinas de Grupo Homero son modernas y actualizadas.
			Las instalaciones y equipos de las oficinas de Grupo Homero son visualmente atractivas.
			Los empleados de Grupo Homero están correctamente presentables.
			La apariencia de las instalaciones de Grupo Homero se ven acorde al tipo de servicio que ofrecen
	FIABILIDAD	FIABILIDAD	Cuando Grupo Homero promete realizar una tarea y lo cumplen.
			Cuando tiene problemas, Grupo Homero muestra empatía y brinda soporte
			Los servicios de Grupo Homero son confiables
			Grupo Homero provee los servicios en el tiempo que prometió hacerlo

CAPACIDAD RESPUESTA	DECAPACIDAD RESPUESTA	Grupo Homero mantiene registros de sus procesos de forma precisa
		Grupo Homero le brinda información del tiempo exacto para los procesos logísticos de importación.
		Los empleados de Grupo Homero le brindan servicios de forma inmediata
		Los empleados de Grupo Homero se muestran dispuestos a ayudarlo en sus consultas
		Los empleados de Grupo Homero están disponibles para responder a mis consultas con prontitud
SEGURIDAD	SEGURIDAD	Puede confiar en los empleados del Grupo Homero
		Se siente seguro confiando el proceso de importación al Grupo Homero
		Los empleados del Grupo Homero son educados con usted durante las comunicaciones.
		Los empleados del Grupo Homero demuestran tener el apoyo de la empresa para poder realizar sus funciones de forma efectiva.
		Grupo Homero cuenta con recursos para brindar una atención individualizada.
EMPATÍA	EMPATÍA	Los empleados del Grupo Homero le brindan una atención personalizada
		Los empleados del Grupo Homero reconocen cuales son las necesidades específicas para su proceso de importación.
		Grupo Homero demuestra que la atención al cliente es su prioridad.
		Grupo Homero tiene horarios de atención que son convenientes para sus clientes.

VARIABLE DEPENDIENTE: Satisfacción de los clientes

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:		Cuestionario de Satisfacción de Clientes
Autor del Instrumento		Riitho (2018).
Variables dependientes:		Satisfacción de importadores
Población:		Importadores de Grupo Homero Logistic
VARIABLE	INDICADOR	Ítems
Satisfacción de importadores	Satisfacción de importadores	Los procesos de Grupo Homero son simples de seguir.
		Tengo la intención de continuar con los servicios de Grupo Homero
		Recomiendo los servicios logísticos de Grupo Homero a otras personas.
		El Grupo Homero es mi primera opción cuando realizo una importación
		Mantengo una buena relación con el personal de Grupo Homero
		Tengo una impresión positiva de Grupo Homero
		Los servicios ofrecidos por Grupo Homero responden a mis necesidades.

ANEXO 3: Cuestionario sobre Calidad de los servicios logísticos de Grupo Homero y Satisfacción de clientes importadores de Lima - Perú.

LA CALIDAD DE SERVICIOS LOGÍSTICOS Y SATISFACCIÓN DE LOS IMPORTADORES

Estimado(a) Sr(a) responsable del área logística o de importaciones de su organización.

La presente investigación forma parte de una Tesis de la Universidad San Martín de Porres, motivo por el cual lo invitamos a participar del siguiente cuestionario, cuyo **objetivo** es conocer la calidad de servicios logísticos brindados por el Grupo Homero Logistic y su influencia en la satisfacción como cliente importador.

Le informamos que **los datos proporcionados en este cuestionario serán tratados de forma anónima y bajo estricta confidencialidad**, siendo utilizados solo para motivos académicos. En este sentido, requerimos responda las preguntas con la mayor sinceridad posible.

* Indicates required question.

INSTRUCCIONES

A continuación se le presentará una serie de afirmaciones, a las cuales usted deberá responder el grado de desacuerdo o acuerdo que tiene sobre las mismas con referencia a sus operaciones de Importación con el Grupo Homero Logistic. Donde:

1 Completamente Desacuerdo

6 Completamente de Acuerdo

1. Las instalaciones y equipos de las oficinas de Grupo Homero son modernas y actualizadas. *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5 6

Con Completamente de Acuerdo

2. Las instalaciones y equipos de las oficinas de Grupo Homero son visualmente atractivas. *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5 6

Con Completamente de Acuerdo

3. Los empleados de Grupo Homero están correctamente presentables *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5 6

Con Completamente de Acuerdo

4. La apariencia de las instalaciones de Grupo Homero se ven acorde al tipo de servicio que ofrecen *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5 6

Con Completamente de Acuerdo

5. Cuando Grupo Homero promete realizar una tarea, lo cumplen. *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5 6

Con Completamente de Acuerdo

6. Cuando tiene problemas, Grupo Homero muestra empatía y brinda soporte *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5 6

Con Completamente de Acuerdo

7. Los servicios de Grupo Homero son confiables *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5 6

Con Completamente de Acuerdo

8. Grupo Homero provee los servicios en el tiempo que prometió hacerlo *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5 6

Con Completamente de Acuerdo

9. Grupo Homero mantiene registros de sus procesos de forma precisa *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5 6

Con Completamente de Acuerdo

10. Grupo Homero le brinda información del tiempo exacto para los procesos logísticos de importación *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5 6

Con Completamente de Acuerdo

11. Los empleados de Grupo Homero le brindan servicios de forma inmediata *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5 6

Con Completamente de Acuerdo

12. Los empleados de Grupo Homero se muestran dispuestos a ayudarle en sus consultas *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5 6

Con Completamente de Acuerdo

13. Los empleados de Grupo Homero están disponibles para responder mis consultas con prontitud *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5 6

Con Completamente de Acuerdo

14. Puede confiar en los empleados del Grupo Homero *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5 6

Con Completamente de Acuerdo

15. Se siente seguro confiando el proceso de importación al Grupo Homero *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5 6

Con Completamente de Acuerdo

16. Los empleados del Grupo Homero son educados con usted durante las comunicaciones. *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5 6

Con Completamente de Acuerdo

17. Los empleados del Grupo Homero demuestran tener el apoyo de la empresa para poder realizar sus funciones de forma efectiva. *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5 6

Con Completamente de Acuerdo

18. Grupo Homero cuenta con recursos para brindar una atención individualizada. *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5 6

Completamente de Acuerdo

19. Los empleados del Grupo Homero le brindan una atención personalizada *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5 6

Completamente de Acuerdo

20. Los empleados del Grupo Homero reconocen cuales son las necesidades específicas para su proceso de importación. *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5 6

Completamente de Acuerdo

21. Grupo Homero demuestra que la atención al cliente es su prioridad. *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5 6

Completamente de Acuerdo

22. Grupo Homero tiene horarios de atención que son convenientes para sus clientes. *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5 6

Con Completamente de Acuerdo

23. Los procesos de Grupo Homero son simples de seguir. *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5 6

Con Completamente de Acuerdo

24. Tengo la intención de continuar con los servicios de Grupo Homero *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5 6

Con Completamente de Acuerdo

25. Recomiendo los servicios logísticos de Grupo Homero a otras personas. *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5 6

Con Completamente de Acuerdo

26. El Grupo Homero es mi primera opción cuando realizo una importación *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5 6

Con Completamente de Acuerdo

27. Mantengo una buena relación con el personal de Grupo Homero *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5 6

Con Completamente de Acuerdo

28. Tengo una impresión positiva de Grupo Homero *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5 6

Con Completamente de Acuerdo

29. Los servicios ofrecidos por Grupo Homero responden a mis necesidades. *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5 6

Con Completamente de Acuerdo

DATOS GENERALES

30. ¿Cuál es su género? *

Mark only one oval.

Masculino

Femenino

31. ¿Cuántos años tiene? *

Mark only one oval.

De 18 a 25 años

De 25 a 35 años

De 35 a 45 años

Más de 45 años

32. ¿Cuál es su nivel de estudios? *

Mark only one oval.

Estudios primarios

Estudios secundarios

Estudios técnicos

Estudios universitarios

Estudios de posgrado

33. ¿Cuál es su cargo? *

Mark only one oval.

Dueño

Gerente

Jefe de Logística o Importaciones

Administrador

Asistente de logística o Importaciones

34. ¿Cada cuanto tiempo su empresa realiza importaciones? *

Mark only one oval.

- Una importación al año o menos
- Una importación cada seis meses
- Una importación cada tres meses
- Una importación mensual
- Más de una importación mensual

35. Normalmente sus importaciones son *

Mark only one oval.

- Marítimas
- Aéreas
- Terrestres

This content is neither created nor endorsed by Google.

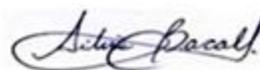
Google Forms

ANEXO 4: Formatos de validación de expertos

Validación 1: Baca Neglia América Silvoia.

Validado por:

Tipo de validador:	Interno (<input checked="" type="checkbox"/>) Externo (<input type="checkbox"/>) [Docente USMP]
Apellidos y nombres:	BACA NEGLIA AMERICA SILVOIA
Sexo:	Hombre (<input type="checkbox"/>) Mujer (<input checked="" type="checkbox"/>)
Profesión:	RELACIONADORA INDUSTRIALX
Grado académico	Licenciado ¹ (<input type="checkbox"/>) Maestro (<input 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	
Nº telefónico de contacto	
Correo electrónico de contacto	Correo institucional:
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

TABLA 1
VARIABLE INDEPENDIENTE:

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:		Cuestionario de evaluación de la calidad de los servicios <u>logístico</u> del Grupo Homero Logistic.						
Autor del Instrumento		Cronin y Taylor (1992) <u>tropicalizado</u> al servicio específico.						
Variable 1:		Calidad de <u>Servicio Logístico</u> .						
Población:		Importadores de Grupo Homero Logistic						
Variable	DIMENSION	INDICADOR	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Calidad 4-5	TANGIABILIDAD		Las instalaciones y equipos de las oficinas de Grupo Homero son modernas y actualizadas.	4	4	4	4	
			Las instalaciones y equipos de las oficinas de Grupo Homero son visualmente atractivas.	4	4	4	4	
			Los empleados de Grupo Homero están correctamente <u>presentable</u> .	4	4	4	4	
			La apariencia de las instalaciones de Grupo Homero se ven acorde al tipo de servicio que ofrecen	4	4	4	4	
	CONFIABILIDAD		Cuando Grupo Homero promete realizar una tarea, <u>e</u> lo cumplen.	4	4	4	4	
			Cuando tiene problemas, Grupo Homero muestra empatía y brinda soporte	4	4	4	4	
			Los servicios de Grupo Homero son confiables	4	4	4	4	

		Grupo Homero provee los servicios en el tiempo que prometió hacerlo	4	4	4	4	
CAPACIDAD DE RESPUESTA		Grupo Homero mantiene registros de sus procesos de forma precisa	4	4	4	4	
		Grupo Homero le brinda información del tiempo exacto para los procesos logísticos de <u>importación</u> .	4	4	4	4	
		Los empleados de Grupo Homero le brindan servicios de forma inmediata	4	4	4	4	
		Los empleados de Grupo Homero se muestran dispuestos a ayudarlo en sus consultas	4	4	4	4	
		Los empleados de Grupo Homero <u>están</u> disponibles para responder a mis consultas con prontitud	4	4	4	4	
SEGURIDAD		Puede confiar en los empleados del Grupo Homero	4	4	4	4	
		Se siente seguro confiando el proceso de <u>importación</u> al Grupo Homero	4	4	4	4	
		Los empleados del Grupo Homero son educados con usted durante las comunicaciones.	4	4	4	4	
		Los empleados del Grupo Homero demuestran tener el apoyo de la empresa para poder realizar sus funciones de forma efectiva.	4	4	4	4	
		Grupo Homero cuenta con recursos para brindar una atención individualizada.	4	4	4	4	
EMPATÍA		Los empleados del Grupo Homero le brindan una atención personalizada	4	4	4	4	
		Los empleados del Grupo Homero reconocen cuales son las necesidades específicas para su proceso de <u>importación</u> .	4	4	4	4	
		Grupo Homero demuestra que la atención al cliente es su prioridad.	4	4	4	4	
		Grupo Homero tiene horarios de atención que son convenientes para sus clientes.	4	4	4	4	

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS
TABLA 2
VARIABLE DEPENDIENTE: Satisfacción de los clientes y
Accesibilidad financiera

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:		Cuestionario de Satisfacción de Clientes					
Autor del Instrumento		Riitho (2018).					
Variables dependientes:		Satisfacción de importadores					
Población:		Importadores de Grupo Homero Logistic					
VARIABLE	INDICADOR	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Satisfacción de importadores	Satisfacción de importadores	Los procesos de Grupo Homero son simples de seguir.	4	4	4	4	
		Tengo la intención de continuar con los servicios de Grupo Homero	4	4	4	4	
		Recomiendo los servicios logísticos de Grupo Homero a otras personas.	4	4	4	4	
		El Grupo Homero es mi primera opción cuando realizo una importación	4	4	4	4	
		Mantengo una buena relación con el personal de Grupo Homero	4	4	4	4	
		Tengo una impresión positiva de Grupo Homero	4	4	4	4	
		Los servicios ofrecidos por Grupo Homero responden a mis necesidades.	4	4	4	4	

Validador 2: Rios Angeles, Nivardo

Tipo de validador:	Interno () [Docente USMP] Externo (X)
Apellidos y nombres:	Rios Angeles, Nivardp
Sexo:	Hombre (x) Mujer ()
Profesión:	Administrador
Grado académico	Licenciado ¹ () Maestro () Doctor (x)
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 () De 11 a 15 () De 16 a 20 () De 21 a más (x)
Solamente para validadores externos	
Organización donde labora:	Universidad San Ignacio de Loyola
Cargo actual:	Docente Escuela de Post Grado
Área de especialización	Investigación
Nº telefónico de contacto	987709547
Correo electrónico de contacto	Correo institucional: nivardo.rios@institutoemprendedores.pe
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono (X) Por correo electrónico ()



Firma Validador Experto

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA 1
VARIABLE INDEPENDIENTE:

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:		Cuestionario de evaluación de la calidad de los servicios logístico del Grupo Homero Logistic.						
Autor del Instrumento		Cronin y Taylor (1992) tropicalizado al servicio específico.						
Variable 1:		Calidad de Servicio Logístico						
Población:		Importadores de Grupo Homero Logistic						
Variable	DIMENSION	INDICADOR	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Calidad de S.	TANGIABILIDAD		Las instalaciones y equipos de las oficinas de Grupo Homero son modernas y actualizadas.	4	4	4	4	
			Las instalaciones y equipos de las oficinas de Grupo Homero son visualmente atractivas.	4	4	4		
			Los empleados de Grupo Homero están correctamente presentable.	4	4	4		
			La apariencia de las instalaciones de Grupo Homero se ven acorde al tipo de servicio que ofrecen	4	4	4		
	CONFIABILIDAD		Cuando Grupo Homero promete realizar una tarea, e lo cumplen.	4	4	4	4	
			Cuando tiene problemas, Grupo Homero muestra empatía y brinda soporte	4	4	4		
			Los servicios de Grupo Homero son confiables	4	4	4		

		Grupo Homero provee los servicios en el tiempo que prometió hacerlo	4	4	4	
CAPACIDAD DE RESPUESTA		Grupo Homero mantiene registros de sus procesos de forma precisa	4	4	4	4
		Grupo Homero le brinda información del tiempo exacto para los procesos logísticos de importación.	4	4	4	4
		Los empleados de Grupo Homero le brindan servicios de forma inmediata	4	4	4	4
		Los empleados de Grupo Homero se muestran dispuestos a ayudarlo en sus consultas	4	4	4	4
		Los empleados de Grupo Homero están disponibles para responder a mis consultas con prontitud	4	4	4	4
SEGURIDAD		Puede confiar en los empleados del Grupo Homero	4	4	4	4
		Se siente seguro confiando el proceso de importación al Grupo Homero	4	4	4	4
		Los empleados del Grupo Homero son educados con usted durante las comunicaciones.	4	4	4	4
		Los empleados del Grupo Homero demuestran tener el apoyo de la empresa para poder realizar sus funciones de forma efectiva.	4	4	4	4
		Grupo Homero cuenta con recursos para brindar una atención individualizada.	4	4	4	4
EMPATÍA		Los empleados del Grupo Homero le brindan una atención personalizada	4	4	4	4
		Los empleados del Grupo Homero reconocen cuáles son las necesidades específicas para su proceso de importación.	4	4	4	4
		Grupo Homero demuestra que la atención al cliente es su prioridad.	4	4	4	4
		Grupo Homero tiene horarios de atención que son convenientes para sus clientes.	4	4	4	4

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS
TABLA 2
VARIABLE DEPENDIENTE: Satisfacción de los clientes

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:		Cuestionario de Satisfacción de Clientes					
Autor del Instrumento		Riitho (2018).					
Variables dependientes:		Satisfacción de importadores					
Población:		Importadores de Grupo Homero Logistic					
VARIABLE	INDICADOR	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Satisfacción de importadores	Satisfacción de importadores	Los procesos de Grupo Homero son simples de seguir.	4	4	4	4	
		Tengo la intención de continuar con los servicios de Grupo Homero		4	4	4	
		Recomiendo los servicios logísticos de Grupo Homero a otras personas.		4	4	4	
		El Grupo Homero es mi primera opción cuando realizo una importación		4	4	4	
		Mantengo una buena relación con el personal de Grupo Homero		4	4	4	
		Tengo una impresión positiva de Grupo Homero		4	4	4	
		Los servicios ofrecidos por Grupo Homero responden a mis necesidades.		4	4	4	

Validador 3: Laos López, José Enrique

Tipo de validador:	Interno (x) [Docente Externo () USMP]
Apellidos y nombres:	LAOS LÓPEZ JOSÉ ENRIQUE
Sexo:	Hombre (X) Mujer ()
Profesión:	CPC - ADMINISTRADOR
Grado académico	Licenciado ¹ () Maestro () Doctor (X)
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 () De 11 a 15 () De 16 a 20 () De 21 a más (X)
Solamente para validadores externos	
Organización donde labora:	
Cargo actual:	
Área de especialización	
Nº telefónico de contacto	
Correo electrónico de contacto	Correo institucional:
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono () Por correo electrónico ()



Firma Validador Experto

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA 1
VARIABLE INDEPENDIENTE:

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:		Cuestionario de evaluación de la calidad de los servicios logístico del Grupo Homero Logistic.						
Autor del Instrumento		Cronin y Taylor (1992) tropicalizado al servicio específico.						
Variable 1:		Calidad de Servicio Logístico						
Población:		Importadores de Grupo Homero Logistic						
Variable	DIMENSION	INDICADOR	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Calidad de S.	TANGIABILIDAD		Las instalaciones y equipos de las oficinas de Grupo Homero son modernas y actualizadas.	3	3	3	3	No se aprecian los indicadores
			Las instalaciones y equipos de las oficinas de Grupo Homero son visualmente atractivas.		3	3	3	No se aprecian los indicadores
			Los empleados de Grupo Homero están correctamente presentables.		3	3	3	No se aprecian los indicadores
			La apariencia de las instalaciones de Grupo Homero se ven acorde al tipo de servicio que ofrecen		3	3	3	No se aprecian los indicadores
	CONFIABILIDAD		Cuando Grupo Homero promete realizar una tarea, e lo cumplen.	3	3	3	No se aprecian los indicadores	
			Cuando tiene problemas, Grupo Homero muestra empatía y brinda soporte	3	3	3	No se aprecian los indicadores	
			Los servicios de Grupo Homero son confiables	3	3	3	No se aprecian los indicadores	
	Grupo Homero provee los servicios en el tiempo que prometió hacerlo	3	3	3	No se aprecian los indicadores			

CAPACIDAD DE RESPUESTA		Grupo Homero mantiene registros de sus procesos de forma precisa	3	3	3	No se aprecian los indicadores
		Grupo Homero le brinda información del tiempo exacto para los procesos logísticos de importación.		3	3	No se aprecian los indicadores
		Los empleados de Grupo Homero le brindan servicios de forma inmediata		3	3	No se aprecian los indicadores
		Los empleados de Grupo Homero se muestran dispuestos a ayudarle en sus consultas		3	3	No se aprecian los indicadores
		Los empleados de Grupo Homero están disponibles para responder a mis consultas con prontitud		3	3	No se aprecian los indicadores
SEGURIDAD		Puede confiar en los empleados del Grupo Homero	3	3	3	No se aprecian los indicadores
		Se siente seguro confiando el proceso de importación al Grupo Homero		3	3	No se aprecian los indicadores
		Los empleados del Grupo Homero son educados con usted durante las comunicaciones.		3	3	No se aprecian los indicadores
		Los empleados del Grupo Homero demuestran tener el apoyo de la empresa para poder realizar sus funciones de forma efectiva.		3	3	No se aprecian los indicadores
		Grupo Homero cuenta con recursos para brindar una atención individualizada.		3	3	No se aprecian los indicadores
EMPATÍA		Los empleados del Grupo Homero le brindan una atención personalizada	3	3	3	No se aprecian los indicadores
		Los empleados del Grupo Homero reconocen cuáles son las necesidades específicas para su proceso de importación.		3	3	No se aprecian los indicadores
		Grupo Homero demuestra que la atención al cliente es su prioridad.		3	3	No se aprecian los indicadores
		Grupo Homero tiene horarios de atención que son convenientes para sus clientes.		3	3	No se aprecian los indicadores

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS
TABLA 2
VARIABLE DEPENDIENTE: Satisfacción de los clientes y
Accesibilidad financiera

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:		Cuestionario de Satisfacción de Clientes					
Autor del Instrumento		Riitho (2018).					
Variables dependientes:		Satisfacción de importadores					
Población:		Importadores de Grupo Homero Logistic					
VARIABLE	INDICADOR	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Satisfacción de importadores	Satisfacción de importadores	Los procesos de Grupo Homero son simples de seguir.	4	3	3	3	
		Tengo la intención de continuar con los servicios de Grupo Homero		3	3	3	
		Recomiendo los servicios logísticos de Grupo Homero a otras personas.		3	3	3	
		El Grupo Homero es mi primera opción cuando realizo una importación		3	3	3	
		Mantengo una buena relación con el personal de Grupo Homero		3	3	3	
		Tengo una impresión positiva de Grupo Homero		3	3	3	
		Los servicios ofrecidos por Grupo Homero responden a mis necesidades.		3	3	3	

Validador 4: Anci Farro, Villiam Iván

Validado por:

Tipo de validador:	Interno (X) Externo () [Docente USMP]
Apellidos y nombres:	Mg. Villiam Iván Anci Farro
Sexo:	Hombre (X) Mujer ()
Profesión:	Magíster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial
Grado académico	Licenciado ¹ () Maestro (X) Doctor ()
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 () De 11 a 15 () De 16 a 20 () De 21 a más (X)
Solamente para validadores externos	
Organización donde labora:	
Cargo actual:	
Área de especialización	
Nº telefónico de contacto	
Correo electrónico de contacto	Correo institucional:
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono () Por correo electrónico ()



Firma Validador Experto

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA 1
VARIABLE INDEPENDIENTE:

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:		Cuestionario de evaluación de la calidad de los servicios logístico del Grupo Homero Logistic.						
Autor del Instrumento		Cronin y Taylor (1992) tronicalizado , al servicio específico.						
Variable 1:		Calidad de Servicio Logístico.						
Población:		Importadores de Grupo Homero Logistic						
Variable	DIMENSION	INDICADOR	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Calidad s.c.	TANGIABILIDAD		Las instalaciones y equipos de las oficinas de Grupo Homero son modernas y actualizadas.	2	2	4	4	Cambiar el enunciado para evitar respuesta dicotómica
			Las instalaciones y equipos de las oficinas de Grupo Homero son visualmente atractivas.	4	4	4	4	
			Los empleados de Grupo Homero están correctamente <u>presentable</u> .	4	4	4	4	
			La apariencia de las instalaciones de Grupo Homero se ven acorde al tipo de servicio que ofrecen	4	4	4	4	
	CONFIABILIDAD		Cuando Grupo Homero promete realizar una tarea, <u>e</u> lo cumplen.	4	4	4	4	
			Cuando tiene problemas, Grupo Homero muestra empatía y brinda soporte	4	4	4	4	
			Los servicios de Grupo Homero son confiables	4	4	4	4	

		Grupo Homero provee los servicios en el tiempo que prometió hacerlo	4	4	4	
CAPACIDAD DE RESPUESTA		Grupo Homero mantiene registros de sus procesos de forma precisa	4	4	4	4
		Grupo Homero le brinda información del tiempo exacto para los procesos logísticos de importación .	4	4	4	4
		Los empleados de Grupo Homero le brindan servicios de forma inmediata	4	4	4	4
		Los empleados de Grupo Homero se muestran dispuestos a ayudarlo en sus consultas	4	4	4	4
		Los empleados de Grupo Homero están disponibles para responder a mis consultas con prontitud	4	4	4	4
SEGURIDAD		Puede confiar en los empleados del Grupo Homero	4	4	4	4
		Se siente seguro confiando el proceso de importación al Grupo Homero	4	4	4	4
		Los empleados del Grupo Homero son educados con usted durante las comunicaciones.	4	4	4	4
		Los empleados del Grupo Homero demuestran tener el apoyo de la empresa para poder realizar sus funciones de forma efectiva.	4	4	4	4
		Grupo Homero cuenta con recursos para brindar una atención individualizada.	4	4	3	3
EMPATIA		Los empleados del Grupo Homero le brindan una atención personalizada	4	4	4	4
		Los empleados del Grupo Homero reconocen cuales son las necesidades específicas para su proceso de importación.	4	4	4	4
		Grupo Homero demuestra que la atención al cliente es su prioridad.	4	4	4	4
		Grupo Homero tiene horarios de atención que son convenientes para sus clientes.	4	4	4	4

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS
TABLA 2
VARIABLE DEPENDIENTE: Satisfacción de los clientes y
Accesibilidad financiera

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:		Cuestionario de Satisfacción de Clientes					
Autor del Instrumento		Riitho (2018).					
Variables dependientes:		Satisfacción de importadores					
Población:		Importadores de Grupo Homero Logistic					
VARIABLE	INDICADOR	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Satisfacción de importadores	Satisfacción de importadores	Los procesos de Grupo Homero son simples de seguir.	4	4	4	4	
		Tengo la intención de continuar con los servicios de Grupo Homero	4	4	4	4	
		Recomiendo los servicios logísticos de Grupo Homero a otras personas.	4	4	4	4	
		El Grupo Homero es mi primera opción cuando realizo una importación	4	4	4	4	
		Mantengo una buena relación con el personal de Grupo Homero	4	4	4	4	
		Tengo una impresión positiva de Grupo Homero	4	4	4	4	
		Los servicios ofrecidos por Grupo Homero responden a mis necesidades.	4	4	4	4	

ANEXO 5: DECLARACIÓN EXPRESA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO



DECLARACIÓN EXPRESA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo Gomez Carhuaz, Omar Alexis identificado con DNI N° 41193216, en mi condición de Gerente General de la empresa GRUPO HOMERO LOGISTIC S.A.C. manifiesto que Arias Loli, Daniela Adriana con DNI 72764937, bachiller de la Escuela profesional de Administración de Negocios internacionales de la Universidad de San Martín de Porres, ha explicado de forma detallada la naturaleza y el propósito de su Proyecto de investigación ***“CALIDAD DE LOS SERVICIOS LOGISTICOS DE GRUPO HOMERO Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DE LOS IMPORTADORES EN EL PRIMER SEMESTRE DEL 2024.”***

En consecuencia, se da el consentimiento de la empresa para aplicar cuestionarios a clientes de la empresa y hacer uso exclusivo de la información recabada en el desarrollo de su investigación para la obtención de su título profesional.

Somos conscientes, de que los datos recabados serán de uso exclusivo para fines académicos, para el desarrollo profesional de la bachiller.

En ese sentido, se expide la presente declaración de consentimiento informado, a solicitud de la interesada para los fines que estime conveniente.

Lima, 25 de Julio de 2024

GRUPO HOMERO LOGISTIC S.A.C.

OMAR ALEXIS GÓMEZ CARHUAZ
GERENTE GENERAL
Firma

Gomez Carhuaz, Omar Alexis

DNI:72764937

