



## **FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN**

### **INFLUENCIA DE LA GESTIÓN ADUANERA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA EMPRESA RAX LOGISTIC SAC, LIMA – 2022**

**Línea de investigación:  
Desarrollo empresarial**

Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración con  
mención en Negocios Internacionales

**Autor:**

Campos De la Cruz, Manuel Roberto

**Asesor:**

Castillo Avila, Santos Mariano  
(ORCID: 0000-0003-3120-341X)

**Jurado:**

Rivero Cuellar, Alipio  
Chavez Navarro, Juan Roberto  
Engracio Salinas, Jorge Aurelio

**Lima - Perú**

**2023**

# INFLUENCIA DE LA GESTIÓN ADUANERA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA EMPRESA RAX LOGISTIC SAC, LIMA – 2022

## INFORME DE ORIGINALIDAD

26%

INDICE DE SIMILITUD

24%

FUENTES DE INTERNET

3%

PUBLICACIONES

13%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="https://repositorio.ucv.edu.pe">repositorio.ucv.edu.pe</a> Fuente de Internet	5%
2	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	4%
3	<a href="https://hdl.handle.net">hdl.handle.net</a> Fuente de Internet	3%
4	Submitted to Universidad Ricardo Palma Trabajo del estudiante	1%
5	<a href="https://repositorio.usil.edu.pe">repositorio.usil.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
6	<a href="https://repositorio.unfv.edu.pe">repositorio.unfv.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
7	Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola Trabajo del estudiante	1%
8	<a href="https://www.researchgate.net">www.researchgate.net</a> Fuente de Internet	<1%



Universidad Nacional  
**Federico Villarreal**

**VRIN** | VICERRECTORADO  
DE INVESTIGACIÓN

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

INFLUENCIA DE LA GESTIÓN ADUANERA EN LA  
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA EMPRESA RAX  
LOGISTIC SAC, LIMA – 2022

Línea de Investigación:  
Desarrollo Empresarial

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración con  
mención en Negocios Internacionales

Autor:  
Campos De la Cruz, Manuel Roberto

Asesor:  
Castillo Avila, Santos Mariano  
(ORCID: 0000-0003-3120-341X)

Jurado:  
Rivero Cuellar, Alipio  
Chavez Navarro, Juan Roberto  
Engracio Salinas, Jorge Aurelio

Lima – Perú  
2023

### **Dedicatoria**

A mi padre, madre y hermanos quienes me han acompañado a lo largo de toda mi vida y han contribuido a formarme personal y profesionalmente.

A mi abuelo quien me ha guiado y aconsejado desde niño y a mi abuela (q.e.p.d) quien estoy seguro de que me sigue cuidando desde donde quiera que se encuentre.

### **Agradecimiento**

A toda mi familia, quienes no dejaron que me rinda durante toda mi etapa académica.

A mi asesor de tesis Mg. Santos Castillo Avila.

A todas las personas que estuvieron durante este proceso, ya sea aportando sus conocimientos o brindándome ánimos para poder culminar este trabajo.

## Índice

Resumen .....	7
Abstract .....	8
<b>I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>11</b>
<b>1.1. Descripción y formulación del problema .....</b>	<b>12</b>
<i>1.1.1. Formulación del Problema General .....</i>	<i>18</i>
<i>1.1.2. Formulación del Problemas Específicos .....</i>	<i>18</i>
<b>1.2. Antecedentes .....</b>	<b>19</b>
<i>1.2.1. Internacionales .....</i>	<i>19</i>
<i>1.2.2. Nacionales .....</i>	<i>23</i>
<b>1.3. Objetivos.....</b>	<b>31</b>
<i>1.3.1. Objetivo General .....</i>	<i>31</i>
<i>1.3.2. Objetivos Específicos .....</i>	<i>31</i>
<b>1.4. Justificación .....</b>	<b>31</b>
<i>1.4.1. Justificación Teórica .....</i>	<i>31</i>
<i>1.4.2. Justificación Metodológica .....</i>	<i>32</i>
<i>1.4.3. Justificación Práctica .....</i>	<i>33</i>
<b>1.5. Hipótesis.....</b>	<b>33</b>
<i>1.5.1. Hipótesis General.....</i>	<i>33</i>
<i>1.5.2. Hipótesis Específicas .....</i>	<i>33</i>
<b>II. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>34</b>
<b>2.1. Bases teóricas sobre el tema de investigación .....</b>	<b>34</b>
<b>2.1.1. Gestión Aduanera .....</b>	<b>34</b>
<b>2.1.1.1. Dimensión 1: Operaciones Aduaneras .....</b>	<b>35</b>
<b>2.1.1.2. Dimensión 2: Gestión Logística .....</b>	<b>36</b>
<b>2.1.1.3. Dimensión 3: Calidad de Servicio .....</b>	<b>37</b>
<b>2.1.2. Satisfacción del Cliente .....</b>	<b>38</b>

2.1.2.1.	<b>Dimensión 1: Expectativas del Cliente</b> .....	39
2.1.2.2.	<b>Dimensión 2: Experiencia del cliente</b> .....	40
2.1.2.3.	<b>Dimensión 3: Niveles de Satisfacción del Cliente</b> .....	41
<b>III.</b>	<b>MÉTODO</b> .....	43
3.1.	<b>Tipo de investigación</b> .....	43
3.1.1.	<i>Tipo de Investigación</i> .....	43
3.1.2.	<i>Enfoque de Investigación</i> .....	43
3.1.3.	<i>Alcance de Investigación</i> .....	43
3.1.4.	<i>Diseño y corte de Investigación</i> .....	43
3.1.5.	<i>Método de Investigación</i> .....	44
3.2.	<b>Ámbito temporal y espacial</b> .....	44
3.3.	<b>Variables</b> .....	44
3.3.1.	<i>Definición conceptual de la variable: Gestión Aduanera</i> .....	44
3.3.2.	<i>Definición conceptual de la variable: Satisfacción del Cliente</i> .....	45
3.3.3.	<i>Operacionalización de las variables</i> .....	46
3.4.	<b>Población y muestra</b> .....	47
3.4.1.	<i>Muestra</i> .....	47
3.5.	<b>Instrumentos</b> .....	49
3.5.1.	<i>Técnica</i> .....	49
3.5.2.	<i>Instrumento</i> .....	49
3.5.3.	<i>Validez del Instrumento de Medición</i> .....	49
3.5.4.	<i>Confiabilidad de los instrumentos de Medición</i> .....	50
3.6.	<b>Procedimientos</b> .....	51
3.7.	<b>Análisis de datos</b> .....	51
3.8.	<b>Consideraciones éticas</b> .....	52
<b>IV.</b>	<b>RESULTADOS</b> .....	53
4.1.	<b>Resultados Descriptivos</b> .....	53

4.1.1. <i>Variable Gestión Aduanera</i> .....	53
4.2. <b>Resultados Inferenciales</b> .....	59
4.2.1. <i>Hipótesis General</i> .....	59
4.2.2. <i>Hipótesis Específica 1</i> .....	61
4.2.3. <i>Hipótesis Específica 2</i> .....	62
4.2.4. <i>Hipótesis Específica 3</i> .....	64
V. <b>DISCUSIÓN DE RESULTADOS</b> .....	66
VI. <b>CONCLUSIONES</b> .....	71
VII. <b>RECOMENDACIONES</b> .....	73
VIII. <b>REFERENCIAS</b> .....	76
IX. <b>ANEXOS</b> .....	85
<b>ANEXO A: Matriz de Consistencia</b> .....	85
<b>ANEXO B: Instrumentos</b> .....	87
<b>ANEXO C: Certificado de Validez de los Instrumentos</b> .....	90



## Resumen

Existe una creciente necesidad de comprender cómo la gestión aduanera de una empresa logística impacta la satisfacción de sus clientes. En el contexto de Rax Logistic SAC, Lima, se desconoce la magnitud y dirección de esta relación. Por ello, el estudio busca determinar la influencia de la gestión aduanera en la satisfacción del cliente de la empresa Rax Logistic SAC, Lima - 2022. Para ello, se implementó un estudio con enfoque cuantitativo, de tipo básico, de nivel correlacional y diseño no experimental. La investigación fue de corte transversal, centrada en el año 2022. Tras el análisis de los datos recabados, se aprobó la hipótesis general. Se encontró una significancia bilateral de 0.000, indicando una correlación estadísticamente significativa. El coeficiente de correlación de Rho de Spearman fue de 0.589, mostrando una correlación moderada entre la gestión aduanera y la satisfacción del cliente. La gestión aduanera de Rax Logistic SAC tiene una influencia moderada y estadísticamente significativa en la satisfacción del cliente durante el año 2022 en Lima. Las empresas logísticas, como Rax Logistic SAC, deben considerar la importancia de su gestión aduanera para garantizar la satisfacción de sus clientes.

*Palabras claves:* gestión aduanera, satisfacción del cliente, gestión logística, calidad de servicio, operaciones aduaneras, experiencia del cliente, expectativa del cliente.

### **Abstract**

There is an increasing need to understand how the customs management of a logistics company affects its customers' satisfaction. Within the context of Rax Logistic SAC, Lima, the magnitude and direction of this relationship are unknown. Therefore, the study aims to determine the influence of customs management on the customer satisfaction of the company Rax Logistic SAC, Lima - 2022. For this, a study with a quantitative approach, of basic type, correlational level, and non-experimental design was implemented. The research was cross-sectional, focused on the year 2022. After analyzing the collected data, the general hypothesis was approved. A bilateral significance of 0.000 was found, indicating a statistically significant correlation. The Spearman's Rho correlation coefficient was 0.589, showing a moderate correlation between customs management and customer satisfaction. The customs management of Rax Logistic SAC has a moderate and statistically significant influence on customer satisfaction during the year 2022 in Lima. Logistics companies, like Rax Logistic SAC, should consider the importance of their customs management to ensure their customers' satisfaction.

*Keywords:* customs management, customer satisfaction, logistics management, service quality, customs operations, customer experience, customer expectation.

## Índice de figuras

Figura 1 Niveles de la Variables Gestión Aduanera.....	54
Figura 2 Niveles de las dimensiones de la variable Gestión Aduanera.....	56
Figura 3 Niveles de la variable Satisfacción del Cliente .....	57
Figura 4 Niveles de las dimensiones de la variable Satisfacción del Cliente .....	59

### Índice de tablas

Tabla 1 Matriz de Operacionalización de la variable: Gestión Aduanera.....	46
Tabla 2 Matriz de Operacionalización de la variable: Satisfacción del cliente .....	47
Tabla 3. Alfa de Cronbach .....	50
Tabla 4 Niveles de la Variables Gestión Aduanera .....	53
Tabla 5 Niveles de las dimensiones de la Variable Gestión Aduanera .....	55
Tabla 6 Niveles de la variable Satisfacción del Cliente .....	57
Tabla 7 Niveles de las dimensiones de la variable Satisfacción del Cliente.....	58
Tabla 8 Prueba de Correlación de la Hipótesis General.....	60
Tabla 9 Prueba de Correlación de la Hipótesis Específica 1 .....	61
Tabla 10 Prueba de Correlación de la Hipótesis Específica 2 .....	63
Tabla 11 Prueba de Variabilidad de la Hipótesis Específica 3 .....	64

## I. INTRODUCCIÓN

En el dinámico entorno empresarial actual, la gestión aduanera se erige como un componente esencial para el éxito de las empresas que participan en el comercio internacional. La eficiencia y efectividad en la administración de los procesos aduaneros no solo determinan la agilidad en el flujo de mercancías, sino que también desempeñan un papel fundamental en la satisfacción del cliente. En este contexto, el presente estudio se centra en analizar la influencia directa de la gestión aduanera en la satisfacción del cliente de la empresa Rax Logistic SAC, con sede en Lima, durante el año 2022.

Rax Logistic SAC, como protagonista en el sector logístico, se enfrenta a desafíos significativos en el ámbito aduanero, donde la precisión, celeridad y cumplimiento normativo son imperativos. La satisfacción del cliente, un indicador clave de rendimiento empresarial, se convierte así en un reflejo directo de la capacidad de la empresa para sortear las complejidades aduaneras de manera eficaz, garantizando una experiencia fluida y confiable en la cadena de suministro.

A través de un análisis detallado de la gestión aduanera de Rax Logistic SAC en el contexto limeño durante el año 2022, este estudio busca proporcionar una comprensión más profunda de cómo las prácticas aduaneras influyen directamente en la percepción y satisfacción de los clientes. Este enfoque permitirá identificar áreas de mejora y fortalecimiento en la gestión aduanera, contribuyendo así a la optimización de la operación logística y, en última instancia, a la consolidación de relaciones comerciales duraderas y exitosas.

La estructura de esta investigación se organiza en diversas secciones con el propósito de abordar de manera integral la temática en cuestión. En la Sección I, se realizará un análisis exhaustivo de la realidad problemática que enfrenta la empresa Rax Logistic SAC en relación con la gestión aduanera y su impacto en la satisfacción del cliente. Además, se explorarán los antecedentes que contextualizan y fundamentan la relevancia de este estudio. La Sección II se

dedicará al análisis teórico, donde se examinarán las teorías pertinentes a las variables de estudio, y se definirán los autores fundamentales que sustentan la base conceptual de la tesis. La metodología empleada para la recolección de datos será detallada en la Sección III, proporcionando una visión clara de los procedimientos y herramientas utilizados en la investigación. La Sección IV presentará los resultados obtenidos, inicialmente mediante un análisis descriptivo basado en porcentajes por variable y dimensiones, seguido de una evaluación inferencial que determinará la validez de las hipótesis planteadas. Posteriormente, en la Sección V, se llevará a cabo una discusión profunda de los resultados, destacando las implicaciones prácticas y teóricas de los hallazgos. Las secciones subsecuentes abordarán las conclusiones derivadas del estudio, proporcionando una visión clara para la comprensión del fenómeno estudiado. Además, se incluirán recomendaciones prácticas orientadas a mejorar la gestión aduanera y, por ende, la satisfacción del cliente en Rax Logistic SAC. Finalmente, se detallarán las referencias bibliográficas utilizadas en el desarrollo de la tesis y se adjuntarán anexos que respalden y complementen la información presentada a lo largo del documento.

### **1.1. Descripción y formulación del problema**

Con la aparición de la pandemia de COVID-19, se cerró las fronteras de diversos países, por lo que se evidenció que muchos estados eran fuertemente dependientes de los mercados exteriores, por ejemplo, en España, el 77.4% de las empresas españolas que se involucran en actividades internacionales informaron que el COVID-19 tuvo un impacto negativo, debido a las restricciones de movilidad que se decretó en diversos países y por la caída de la demanda exterior, lo cual fue una consecuencia de la recesión económica. A pesar de esto, en España, el comercio de bienes y servicios a escala internacional ha mantenido su crecimiento en los últimos años, alcanzando un total de 334 mil millones de euros, lo que equivale más del 30% del producto interno bruto (PIB) del país. Además, se dice que uno de cada cuatro empleos en España depende del comercio exterior, esto equivale a unos 4.7 millones de empleos, según el

Real Instituto Elcano. Por otro lado, actualmente tienen alrededor de 53,000 compañías que regularmente exportan bienes y servicios, el mayor volumen de exportaciones está en un grupo menor de empresas, por ejemplo, en el 2019, alrededor de 1,000 empresas realizaron el 67% del volumen total exportado. (Gilpérez, 2020)

El desarrollo de las actividades que intervienen en los envíos internacionales suele parecer complejas puesto que involucran distintas operaciones, incoterms, impuestos, normativas de los países involucrados, etc., lo que puede dar lugar a que se pueda escapar algo en el proceso, traduciéndose en retrasos, retenciones aduaneras, sobrecostos, daños de mercancía, etc. Es por ello, que es muy importante contar con una correcta planificación para realizar las operaciones sin mayores contratiempos. (IBA Spain, 2021)

Para la importación y exportación, es importante contar con un agente aduanero con experiencia ya que a ellos se les encargará el despacho aduanero, también se debe revisar que se cuente con la documentación y permisos necesarios antes de iniciar la operación, ya que estos serán requeridos al momento de pasar por la aduana, además se tiene que definir la forma más eficiente de transportar y almacenar el bien, así como tener un seguro de mercancía, por último, no se debe olvidar conocer cuáles son los impuestos y la legislación de cada país que interviene en el proceso. (Viñez, 2018)

Por otro lado, teniendo en cuenta la alta demanda de productos en el mercado, es muy importante la velocidad de reacción y tiempo de entrega, por lo que las empresas están en constante lucha para que esto se cumpla; pero muchas veces se ve afectado por la escasez de suministros, los problemas en el comercio marítimo, la falta de conductores de transporte terrestre, el aumento de la energía y los combustibles. Por todo esto, se dice que la gestión de la cadena de suministro tiene como otro de sus objetivos principales el garantizar las ventas además de reducir costes. (Granados, 2022)

En Colombia, en el año 2015, según una encuesta realizada por la Universidad del Rosario y el Centro de Comercio Internacional, se dio a conocer que tanto el proceso de importación y exportación puede presentar ciertas dificultades que tienen las compañías al realizar estas operaciones de comercio exterior, de acuerdo con la investigación, el 42% de los participantes informó que experimentaron dificultades con las regulaciones que no están vinculadas a los impuestos, lo que abarca las medidas sanitarias, normativas técnicas y procesos aduaneros; según cifras del Centro de Comercio Internacional, Colombia es uno de los países que menos problemas tiene con las medidas no arancelarias, quedando en el puesto 27 dentro de los 30 países estudiados. (Colombia Legal Corporation, 2021)

Algunos de los problemas más comunes cuando se realizan las operaciones de importación y exportación en Colombia son: el desconocimiento de los procesos, puesto que se debe superar los controles legales, sanitarios, culturales, técnicos del proceso de aduana, siempre cuidando la calidad del producto; así también otro problema es el desconocimiento de la normativa, por lo que se debe contar con una asesoría adecuada ya que se debe cumplir con las leyes, normas y reglas a cabalidad. Las medidas no arancelarias, también suelen ser un punto importante que se debe tener en cuenta, debido a que se tiene que cumplir con las medidas sanitarias, normas de etiquetado y empaquetado, procedimientos aduaneros y otras normas que no tienen que ver con el pago de aranceles; por último otro problema al que se deben enfrentar es a la logística y el transporte, puesto que se debe diseñar una logística adecuada para el transporte del producto, asegurando el bienestar y la calidad del producto. (Colombia Legal Corporation, 2021)

En cuanto a la logística, se puede decir que debido a la pandemia del COVID-19 se ha visto afectada principalmente por los siguientes factores: la crisis de los contenedores y la inflación, a lo largo de la pandemia, se han observado numerosos buques de carga contenerizada atrapados en los puertos más importantes de América. En Colombia, se estima



que alrededor de 15 millones de toneladas de mercancía, tanto importación como exportación, no pudieron ser transportadas, principalmente debido a la escasez de contenedores. (Beetrack, 2021)

El precio de los contenedores se había incrementado a niveles nunca vistos, por ejemplo, en Colombia si antes valía un contenedor en promedio \$550 (dólares americanos), durante el inicio de la pandemia este precio se había quintuplicado, pasando a 2,500 dólares, y en el 2021 cada contenedor llegó a costar entre 18,000 y 22,000 dólares. Esta situación tuvo un impacto directo en la carga transportada, ya que el incremento en los costos de transporte se reflejó directamente en el precio de los productos. Puertos como Buenaventura, Barranquilla y Cartagena se vieron afectados por esta problemática, y el país tuvo que absorber el aumento en los costos. (Beetrack, 2021)

En el Perú, el libre comercio y la integración en la economía global ha resultado en un aumento de las exportaciones siete veces mayor en las últimas décadas y en la creación de tres millones de empleos, en comparación con uno previamente. El país se ha convertido en líder mundial en la exportación de productos como arándanos, paltas, espárragos y papa, entre otros. Además, la importación de productos a precios competitivos ha ampliado la variedad de productos disponibles para la población peruana, y solo la importación en el Perú ha generado la creación de 35,066 micro y pequeñas empresas (MYPES). En el 2020, lastimosamente el COVID-19 causó que nuestras exportaciones tuvieran una caída del 15%, solo la agroexportación resistió el golpe con un incremento del 7.5%. Pero para júbilo de nosotros, las operaciones de comercio internacional están experimentando una recuperación significativa. Durante el período de enero a mayo de 2021, las exportaciones aumentaron en un 42.7% en comparación con el mismo lapso de 2020. El comercio exterior desempeña un papel crucial en la revitalización económica, ya que impulsa la generación de empleo, estimula la producción en diversas regiones, y fomenta el surgimiento de nuevos negocios e inversiones; por lo tanto,

es imperativo que el gobierno implemente políticas públicas orientadas a promover la apertura de mercados y mejorar la eficiencia logística, puesto que aún existen desafíos, como la escasez global de contenedores, el incremento del 300% en los costos de transporte marítimo, y retrasos en las rutas de envío, lo que resulta en aumentos en los costos tanto para la exportación como la importación, así como complicaciones en las cadenas de suministro. (Luna, 2021)

Además, con relación al costo de las importaciones, por ejemplo, de China al Callao se había quintuplicado su valor en comparación al contexto prepandémico, en otras palabras, los fletes marítimos que solían ser de \$2,000 aumentaron a \$10,000, de acuerdo con la Asociación Peruana de Operadores Portuarios (ASPPOR), esto implica un aumento en el precio de los productos importados de Asia. Esta alza de precios se originó durante el inicio de la pandemia, cuando la reanudación de las actividades económicas generó una significativa escasez de espacio para transportar productos desde Asia hacia Occidente, por lo que el Perú, un país que invierte cerca de \$900 millones al año en importaciones desde China, se vio afectado por esta escasez de contenedores. La Asociación Marítima del Perú (ASMARPE) ha señalado que antes de la pandemia, un contenedor en la ruta Shanghái-Callao-Shanghái tomaba 60 días en llegar, pero ahora puede tardar 90 días o incluso más, lo que resulta en una escasez de contenedores disponibles, esto no quiere decir que hay contenedores físicamente, sino que estos no están en el lugar que deberían. (Vizcaino, 2022)

Por otro lado, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y El Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) ejecutaron la primera Encuesta Nacional de Logística, entre el 2020 y 2021, en donde participaron empresas de agroexportación, manufactura, industria, comercio, construcción, entre otros, en conjunto fueron 604 empresas tanto privadas como públicas entre usuarias del servicio logístico (USL) y prestadoras del servicio logístico (PSL).

Según los resultados de la encuesta, 3 de cada 10 empresas logísticas en el Perú se enfrentan a problemas en los terminales portuarios, experimentando demoras en la atención y excesos de controles de seguridad.

Los principales obstáculos que impiden una logística eficaz y económica para las empresas PSL incluyen demoras prolongadas en los terminales portuarios, congestión vehicular en las áreas urbanas y en los accesos a los puertos, falta de formalidad en los proveedores de servicios logísticos, alta rotación y carencia de personal capacitado en las operaciones logísticas. Por otro lado, las empresas USL enfrentan desafíos que abarcan costos logísticos elevados en sus operaciones, carencia de una gestión eficaz en la planificación de la demanda, incumplimiento en los plazos de entrega y una limitada disponibilidad de proveedores locales certificados. (Perú Retail, 2022)

En Lima, la empresa RAX LOGISTIC SAC, un operador logístico que brinda servicios de aduanas, transporte de carga internacional, almacenamiento, seguros de mercancía, viene trabajando constantemente en la gestión aduanera, logística y calidad de servicio brindado a sus clientes ya que requiere afianzar las relaciones comerciales con sus actuales clientes, así como conseguir nuevos clientes. Sin embargo, el contexto actual hace que esta gestión sea más desafiante, por ejemplo, hoy en día para que un producto se nacionalice en Perú, se debe contar con toda la documentación adecuada antes de su arribo, ya que todas las declaraciones se deben realizar de forma anticipada, salvo algunas excepciones, caso contrario se incurrirán en multas, es por ello que la empresa Rax Logistic debe ser capaz de recolectar la información necesaria con el debido tiempo para que la carga de su cliente pueda ingresar sin problemas y sobrecostos a territorio nacional. Por otro lado, otro desafío constante que se presenta es el embarque de los productos, debido a que constantemente existen retrasos en los puertos de origen, por ejemplo los principales clientes de Rax Logistic importan mercancía de China, España, EE.UU., y en estos países las operaciones portuarias no se han normalizado en su

totalidad, las reprogramaciones de embarque suelen ser constantes, por lo que la mercancía puede estar en espera en la aduana de origen durante varias semanas, además los espacios disponibles para embarque son difíciles de conseguir, lo que ha llevado en muchas ocasiones realizar las reservas hasta con un mes de anticipación.

A pesar de que la pandemia inició en el año 2020, sigue provocando cierres y pausas inesperadas en los puertos y aduanas, lo cual afecta directamente a las empresas que intervienen en el comercio exterior, puesto que son los encargados de realizar la gestión aduanera y tránsito de una mercancía entre un importador y exportador, estos retrasos y cancelaciones de viajes, al final conduce a posteriores pérdidas de clientes, ya que empiezan a buscar nuevos proveedores con el fin de que la mercancía llegue a sus manos de la manera más rápida y sin sobrecostos.

### ***1.1.1. Formulación del Problema General***

¿Cuál es la influencia de la gestión aduanera en la satisfacción del cliente de la empresa Rax Logistic SAC, Lima - 2022?

### ***1.1.2. Formulación del Problemas Específicos***

- ¿Cuál es la influencia de la Operaciones aduaneras en la satisfacción del cliente de la empresa Rax Logistic SAC, Lima - 2022?
- ¿Cuál es la influencia de la Gestión logística en la satisfacción del cliente de la empresa Rax Logistic SAC, Lima - 2022?
- ¿Cuál es la influencia de la Calidad de servicio en la satisfacción del cliente de la empresa Rax Logistic SAC, Lima - 2022?

## 1.2. Antecedentes

### 1.2.1. Internacionales

El autor Flores (2021) centró su artículo científico en la ciudad de Guayaquil, Ecuador, en donde observó que las empresas se enfrentan continuamente a cambios para poder obtener éxito, por lo que uno de los objetivos principales que las empresas deben lograr es satisfacer las necesidades de sus clientes. Por esta razón, llevó a cabo una investigación para determinar cómo la logística integral se relaciona con la satisfacción del cliente en los servicios logísticos; para ello, realizó un estudio de tipo básica, de nivel correlacional, de enfoque cuantitativo, de método hipotético-deductivo, de diseño no experimental; aplicando una encuesta de 22 preguntas a 384 clientes de 10 empresas de servicios logísticos en Guayaquil. Obteniendo como resultados que el coeficiente de correlación de Tau\_b de Kendall es 0.321, confirmado por la rho de Spearman con un coeficiente de 0.324; teniendo ambos resultados con un valor de significancia de 0.000 menor a 0.005, lo que demuestra que los datos obtenidos son significativos, por lo que, según el baremo, existe una relación directa con un grado moderada positiva entre las variables logística integral y satisfacción del cliente. También se realizó el análisis de las hipótesis específicas, donde investiga la relación entre las variables de servicio al cliente, almacenamiento, producción, transporte - distribución y la satisfacción del cliente, demostrando una asociación estadísticamente significativa, sin embargo, el grado de correlación es bajo de manera general; por ejemplo, el factor de transporte y distribución de pedidos tiene una correlación baja positiva con la satisfacción del cliente, con un coeficiente de correlación de Tau\_b de Kendall es 0.256, y de rho de Spearman de 0.262. En general, se concluye que, si una empresa brinda un adecuado proceso logístico innovador tendrá mayores ventajas competitivas frente al resto de compañías; es decir, las empresas que logren transformarse, ser flexibles, que tengan una adecuada tecnología, respondan de manera rápida

ante las necesidades de sus clientes y además cuenten con un adecuado sistema de gestión de calidad conseguirán la satisfacción de sus clientes.

Los autores Vergara et al. (2019) en su artículo científico, nos revelan que Colombia enfrenta una crisis en su sistema de atención médica en general, y la ciudad de Cartagena de Indias es un claro ejemplo de esta situación, puesto que es la ciudad donde más se ha sentido la alta insatisfacción de la población en relación con el sistema de salud local; por este motivo, los autores han redactado este artículo con el propósito de descubrir los factores que influyen en la calidad de atención y su vínculo con los niveles de satisfacción de los usuarios de los servicios hospitalarios en Cartagena de Indias, Colombia. Para esto, realizó un estudio de tipo básica, de nivel correlacional, de diseño no experimental y de método hipotético deductivo; en donde empleó una encuesta de 12 preguntas realizadas a 582 adultos habitantes en la localidad de Cartagena de Indias, Colombia, que informaron haber utilizado o estar utilizando el sistema de salud local. Obteniendo como resultados una fuerte relación entre la calidad general del servicio y la satisfacción, teniendo un coeficiente de regresión de 0.839. En conclusión, se aceptaron todas las hipótesis planteadas, en otras palabras, un aumento en las calificaciones de las variables de estado físico, cobertura y acceso conllevará a una mejora en la calidad global de los servicios, lo cual a su vez generará una experiencia satisfactoria para los usuarios de los servicios hospitalarios en Cartagena de Indias.

El autor Yagchirema (2015) desarrolló su tesis en la empresa Repartí S.A en la ciudad de Ambato, Ecuador; la cual se especializa en la venta de productos de consumo masivo, en donde debido a las deficiencias que tienen en su abastecimiento de productos, la empresa no presenta un modelo logístico que pueda satisfacer a sus clientes. Es por ello que buscó conocer de qué manera los factores de la logística tienen relación con la satisfacción del cliente; para ello, realizó un estudio de tipo básica, de nivel correlacional, de enfoque mixto, de método hipotético-deductivo, de diseño no experimental de carácter transversal, y para obtener

resultados se aplicó un cuestionario con diez preguntas nominales y ordinales con escala de Likert a 148 clientes externos, el tipo de muestreo que se utilizó fue probabilístico, de aleatorio simple; y una entrevista para el propietario de Repartí S.A., obteniendo como resultado que existe un grado de relación muy alto entre las variables factores de la logística y satisfacción al cliente, puesto que el coeficiente de rho Spearman revelaron una correlación fuerte y positiva, es decir su valor oscila entre 0.9 – 1, esto se refleja en una correlación estadísticamente significativa ( $r=0.900$ ;  $p<0.05$ ); para respaldar estos hallazgos, la investigación se basa en la entrevista realizada al gerente, quien menciona que enfrentan un problema en cuanto a la disponibilidad de productos, y muchas veces no pueden entregar al cliente los productos que solicitan, siendo esto una falencia, causada posiblemente a que no cuentan con un jefe de ventas, además indica que esto podría cambiar con un modelo logístico adecuado y nuevas políticas para que su personal de ventas cumpla con la cobertura de mercado asignada. En conclusión, la empresa deberá contar con un modelo logístico que le permita tener una sinergia entre el aprovisionamiento, inventarios y distribución para poder cumplir con los requerimientos del mercado; además el personal de ventas deberá cumplir con los objetivos de ventas para poder rotar el stock y conjuntamente de estar al pendiente de como cubrir las necesidades de sus clientes.

Pelayo-Maciel & Ortiz-Villavelazquez (2019) realizaron su artículo de investigación en el estado de Jalisco, México, en donde se pueden encontrar agencias de logística internacional, quienes se dedican a ofrecer transporte internacional, y ante la gran competencia en el mercado estas empresas buscan conocer las necesidades de sus usuarios para poder cubrir sus expectativas; por lo tanto, el propósito de esta investigación es entender las demandas de los clientes y descubrir cuál es el factor clave que influye en su elección de utilizar un servicio. Además, busca determinar el efecto que la calidad del servicio, la fidelidad del cliente, los costos variables de los servicios y las tecnologías de la información de la empresa tienen en la

satisfacción del cliente al tomar la decisión de utilizar los servicios de una agencia de carga internacional. Para ello, el estudio realizado fue de enfoque cuantitativo a través de un análisis factorial y de mínimos cuadrados ordinarios, asimismo se llevó a cabo una entrevista telefónica con 170 empleados de diversas empresas en el Estado de Jalisco, estos empleados ocupan cargos en los que tienen la responsabilidad de tomar decisiones sobre la contratación de servicios logísticos internacionales para la exportación o importación de sus productos. Obteniendo como resultados que, en la variable de calidad en el servicio, sólo la dimensión profesionalismo tiene una alta significancia de 0.01 mientras que calidad potencial muestran una significancia superior al 0.05; además en la variable lealtad, sólo la dimensión recomendación presenta una alta significancia de 0.01, mientras que costo del tiempo una significancia superior al 0.05; en otras palabras; nos indica que, si la empresa cuenta con una adecuada calidad en el servicio podrá cubrir la necesidad del cliente, y este será cada vez más leal a la compañía. En conclusión, para que un usuario se encuentre satisfecho con el servicio brindado, este debe ser realizado por profesionales especializados, que al mismo tiempo cuenten con una adecuada tecnología, ofreciendo siempre un servicio de calidad y un costo razonable.

El autor Rivera (2019) en su tesis, nos expone que en Guayaquil hay un total de 28 líneas y agencias navieras que actúan como proveedores de servicios logísticos. Estas empresas compiten diariamente para aumentar su presencia en el mercado, atrayendo y fidelizando clientes; por lo tanto, la calidad del servicio se ha convertido en una de las principales prioridades que estas empresas deben enfocar, siendo una de ellas es Greenandes Ecuador, quien inició operaciones en el 2002 y en la actualidad, se detectan deficiencias en la calidad del servicio que la empresa Greenandes Ecuador S.A. ofrece a sus clientes, por lo tanto, buscan conocer si la calidad del servicio tiene un impacto en la satisfacción de los clientes; para esto realizó un estudio de tipo básico, de nivel correlacional-descriptivo, de enfoque cuantitativo,



de método hipotético-deductivo, de diseño no experimental - transversal, además utilizó el método de investigación ex post-facto, aplicando dos cuestionarios a 180 clientes exportadores; uno de ellos se utiliza para medir las expectativas, mientras que el segundo se emplea para medir las percepciones del servicio; ambos cuestionarios de 22 preguntas, utilizando el instrumento de medición modelo SERVQUAL, el cual permite analizar aspectos cuantitativos como cualitativos de los usuarios. Obteniendo como resultados en la prueba de hipótesis por medio del coeficiente de Spearman, un .0457, siendo menor que el nivel de significancia .05, por lo cual la hipótesis formulada fue confirmada, lo que significa que la calidad del servicio afecta la satisfacción de los clientes que exportan con la empresa Greenandes Ecuador, existiendo una relación moderadamente positiva entre estas dos variables. Finalmente, se puede decir que, la aplicación del modelo SERVQUAL, facilitó la identificación de los puntos críticos en la prestación del servicio, lo que genera la insatisfacción de los clientes que exportan con Greenandes Ecuador; para que esto pueda cambiar se debe implementar estrategias de mejora de la calidad, siendo una de las principales dimensiones a mejorar la calidad de respuesta hacia sus usuarios.

### **1.2.2. Nacionales**

Gonzales (2018) en su tesis expone que la mayor parte de las empresas de transporte de carga internacional que operan en el Callao, Perú se centran en ofrecer solo un servicio, pero no proporcionan atención en conseguir la satisfacción y lealtad del cliente, este estudio fue realizado específicamente en las empresas importadoras del sector de telefonía celular. Por ello, realizó esta investigación con el fin de determinar si la calidad de servicio logístico influye en la satisfacción y lealtad de las compañías importadoras de telefonía móvil. El estudio realizado fue de tipo básica, de nivel correlacional, de enfoque cuantitativo - correlacional, de método hipotético-deductivo, de diseño no experimental, diseño transaccional correlacional, en donde aplicó una encuesta a 34 empresas importadoras que se encuentran en el sector de

telefonía móvil, siendo las importaciones de estas empresas vía marítima – Puerto Callao; obteniendo como resultado que la calidad de servicio logístico del agente de carga presenta un coeficiente de correlación Rho de Spearman con la variable satisfacción del ( $r=0,856$ ,  $p < 0.05$ ) y con variable lealtad del ( $r=0,735$ ,  $p < 0.05$ ), es decir, que la calidad de los servicios logísticos proporcionados por el agente de carga tiene un impacto significativo en la satisfacción y fidelidad de las empresas importadoras de celulares marítimas del 2018. En los resultados se apreció que la dimensión que logró el mayor puntaje fue calidad de servicio logístico, en promedio un 91.18%, y por otro lado la satisfacción y lealtad un 82.3% cada uno. Con esta información, se puede decir que, los colaboradores de contacto, como los ejecutivos de cuenta o coordinadores de operaciones, se encuentran aptos para ofrecer una buena asistencia al cliente, ya que tienen la experiencia y conocimiento clave en las operaciones.

El investigador Araujo (2019) explica en su tesis que la atención que perciben los clientes de las compañías del sector aduanero no es óptimo debido a que no existe un servicio rápido y conveniente de cada despacho, siendo esto una causa para que el cliente pueda optar por ir a la competencia en busca de un servicio que le ofrezca seguridad en sus despachos y con una reducción de gastos operativos. La investigación se centró en la empresa Casor Aduaneros SAC, donde según la información brindada por el área Gestión Aduanera al cliente, los colaboradores no transmiten la información oportuna de los despachos a sus clientes generando retrasos en los diversos niveles de la cadena, por lo que, los clientes experimentan insatisfacción con el servicio prestado, es por ello que, el investigador planteó comprobar si existe relación entre la gestión aduanera y la calidad de servicio al cliente en esta empresa. Para lo cual, realizó un estudio de tipo aplicada, de nivel descriptiva – correlacional, de enfoque cuantitativo, de método hipotético deductivo, de diseño no experimental-transversal, aplicándose una encuesta a 38 colaboradores del área de gestión aduanera de la agencia Casor Aduaneros S.A.C. Los resultados indican que según el grado de correlación determinada por

Rho de Spearman fue de 0.948 entre la variable gestión aduanera y calidad de servicio al cliente; por consiguiente, es posible afirmar que ambas variables muestran una correlación extremadamente sólida y positiva; además el nivel de significancia es  $0.000 < 0.05$ ; adicionalmente encontró una relación positiva muy fuerte entre su dimensión operación aduanera y calidad de servicio al cliente con un resultado de Rho de Spearman de 0.948 y un nivel de significancia es  $0.000 < 0.05$ , del mismo modo, reveló una correlación positiva significativa entre su variable logística y la calidad de servicio al cliente con un rendimiento de 0.899 según el coeficiente de correlación Rho de Spearman con un nivel de significancia es  $0.000 < 0.05$ . Con lo antes mencionado, el autor concluye que es crucial contar con una gestión aduanera efectiva para el despacho de las mercancías de los clientes de la empresa Casor Aduaneros SAC, debido a que traería beneficios económicos, así como ubicarse entre las primeras agencias del rubro lo cual conllevaría a tener una mayor expectativa de nuevos futuros clientes. Por otro lado, demostró que las operaciones aduaneras es una parte principal de la gestión aduanera, la cual debe tener un correcto control para generar los menores costos posibles y mantener a sus clientes satisfechos, además señalo que la logística es una parte principal de la gestión aduanera relacionándose estrechamente con la calidad de servicio al cliente; por lo que, se debe tener un control de los gastos del proceso logísticos con un adecuado plan de control.

Sifuentes (2021) en su investigación identifica que la gestión aduanera está diseñada para dar soporte a los procedimientos de importación como de exportación, simplificando las operaciones y disminuyendo los gastos asociados, por lo que para su investigación tomo como referencia a la agencia aduanera Scharff Logística Integrada SA, la cual fue establecida en el año 2000, enfocándose en el ámbito de operaciones debido a problemas en la precisión de información sobre los plazos de llegada de la mercancía, problemas en la revisión de documentación y la tramitación de sus despachos; así como personal poco capacitado para la

resolución de problemas en los procesos de importación y exportación generando insatisfacción en sus clientes es por ello propone investigar si existe una conexión entre la gestión aduanera y la calidad del servicio dentro de la empresa aduanera Scharff Logística Integrada SA, Callao 2020. Para ello realizó un estudio de tipo aplicada, de nivel correlacional, de método hipotético-deductivo, de diseño no experimental, de enfoque cuantitativo, de corte transversal y correlacional. Además se aplicó una encuesta a 101 colaboradores, se utilizaron dos cuestionarios tipo escala de Likert como herramienta de evaluación; consiguiendo como resultado un coeficiente Rho Spearman de 0.603, por lo que se puede decir que hay una correlación positiva moderada entre las variables en estudio, esto se refleja en que cuanto más eficiente sea la gestión aduanera, mejor será la calidad del servicio proporcionado por la empresa mencionada; asimismo se tuvo en consideración que el P valor es menor que la significancia estadística ( $0.000 < 0.05$ ); también se obtuvo como conclusión que hay una correlación moderadamente positiva entre la dimensión de operaciones aduaneras y la calidad del servicio, con un coeficiente Rho Spearman de 0.519, teniendo en cuenta que el P valor es menor que la significancia estadística ( $0.000 < 0.05$ ); por otro lado la segunda dimensión, la logística aduanera presentó una correlación positiva baja con la calidad de servicio, con un coeficiente Rho Spearman de 0.301, considerando que el P valor es menor que la significancia estadística ( $0.002 < 0.05$ ). Basándose en lo mencionado previamente, el autor llega a la conclusión de que existe una relación entre la gestión aduanera y la calidad del servicio, la empresa debe implementar estrategias de capacitación de clientes, así como capacitar a su personal en operatividad logística. Asimismo, debe buscar la certificación en estándares como BASC y OEA para ofrecer una mayor garantía de seguridad en sus servicios a los clientes.

Los autores Rivera y Prado (2021) en su estudio buscan conocer de qué manera la gestión logística contribuirá a mejorar la satisfacción de los clientes en la empresa minera ubicada en Moquegua en el año 2021; dado que implementar una gestión logística efectiva

implica la participación de los empleados en esta área, con el objetivo de establecer una cultura eficiente en el manejo de recursos y planificar con antelación para evitar escasez en un corto tiempo, el estudio se propone determinar si la gestión logística tiene un impacto positivo en la satisfacción de los clientes en una empresa minera, para lograr esto, se llevó a cabo una investigación de tipo aplicada, de enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo, de diseño experimental. En esta investigación, se comenzó por comunicar al personal del área de logística sobre las oportunidades de mejora en los procesos, luego se revisaron los procedimientos de compra y despacho para identificar los puntos en donde trabajar, y se propuso una serie de mejoras, después de implementarlas, se aplicó la prueba de Wilcoxon para analizar los resultados, los cuales indicaron que la satisfacción promedio del cliente aumentó de 0.760 a 0.975 después de esta implementación, además se verificó que la significancia aplicada a satisfacción al cliente antes y después es de 0.002, lo que quiere decir que se acepta la hipótesis del investigador, es decir, la implementación de la gestión logística contribuye a incrementar la satisfacción de los clientes en la empresa minera ubicada en Moquegua en el año 2021. Por lo que después de analizar los resultados, el autor concluyó que, en un periodo de tiempo de 12 semanas de implementación, la gestión logística incrementó en un 22.17% la satisfacción de los clientes en la empresa minera, Moquegua 2021; obteniendo así un gran avance para el crecimiento de la empresa, y para que esto se mantenga se necesita de un adecuado control mensual que verifique la gestión realizada.

Por otro lado, Rojas y Llamoga (2021) en su investigación realizada en la compañía Sociedad Agrícola Arona S.A. en Cañete, propone entender la conexión entre la gestión logística y la satisfacción del cliente interno, logrando identificar aspectos clave que requieren mejoras, como son la optimización de los recursos de la empresa, la garantía de un nivel de abastecimiento adecuado, la mejora de los tiempos de atención y la reducción de los problemas que están afectando la satisfacción del cliente interno, con este propósito, planteó investigar si

hay una relación entre las variables de gestión logística y la satisfacción del cliente interno en la compañía ya mencionada, para ello realizó un estudio de tipo aplicada, de diseño no experimental, de enfoque cuantitativo, de nivel correlacional, de método descriptivo, aplicando una encuesta a 40 trabajadores de la compañía. Los resultados de la investigación indicaron que hay una relación entre ambas variables mencionadas, ya que el coeficiente de correlación Rho de Spearman fue de 0.723, lo que sugiere una correlación lineal positiva alta entre estas variables, considerando que el nivel de significancia es  $0,000 < 0.05$ . Además, se encontró que la gestión del transporte guarda una relación con la satisfacción del cliente interno, esto se debe a que el coeficiente Rho de Spearman es de 0.560, lo que señala una correlación positiva moderada entre estas dos variables. En resumen, los hallazgos de este estudio señalan que una gestión logística efectiva en áreas como compras, transporte, almacén e inventarios conduce a mejoras para los trabajadores y la empresa.

El autor Villanueva (2019) realizó su investigación de tesis en la empresa TLI ADUANAS SAC, la cual tenía como finalidad investigar la relación entre sus operaciones aduaneras y la satisfacción del cliente, el objetivo principal era determinar si existe una conexión entre estas dos variables: las operaciones aduaneras y la satisfacción del cliente. Para ello, realizó un estudio de tipo aplicada, de diseño no experimental – transversal, de enfoque cuantitativo, de descriptiva correlacional, de método hipotético-deductivo. Se aplicó un cuestionario de 20 preguntas a 41 trabajadores de TLI ADUANAS SAC, las cuales trabajan a diario cubriendo diversas funciones en esta agencia, obteniendo como resultado que la correlación entre la variable Operaciones Aduaneras y la variable Satisfacción al cliente es de 0.932, y una significancia de 0.000, siendo menor a lo solicitado como límite de 0.05, esto implica que se alcanzó una correlación de Spearman altamente positiva. En resumen, se confirma que las operaciones aduaneras son importantes, ya que facilita que el comercio

exterior no tenga sobrecostos adicionales, y como se demostró tienen un vínculo fuerte con la satisfacción del consumidor, debido a que se logró un resultado mayor al límite establecido.

Sagastegui (2020) llevó a cabo su tesis en una Comercializadora de Autopartes en la ciudad de Trujillo en 2019, esta compañía enfrentaba dificultades en sus procesos de distribución, ya que sus clientes expresaban quejas relacionadas con los tiempos de entrega y las cantidades recibidas, su objetivo principal fue establecer una relación entre la gestión logística y la satisfacción del cliente en esta entidad; para ello, realizó una investigación de diseño no experimental de tipo transeccional correlacional, con enfoque cuantitativo. Para recopilar datos, como técnica utilizó una encuesta y como instrumento un cuestionario con escala tipo Likert, el cual constaba de 5 ítems para la variable independiente, mientras que la variable dependiente tenía 17 ítems; además, respaldó la fiabilidad de su cuestionario mediante un valor de Alfa de Cronbach de 0.986. Dicha encuesta fue aplicada a 65 clientes, los resultados revelaron que el 30.8% de los encuestados percibían un nivel bajo de servicio logístico, el 46.2% consideraban que el servicio logístico era de nivel regular, y el 23.1% lo calificaban como de alto nivel en la empresa en estudio. Además, se encontró que el 30.8% de los clientes encuestados expresaron tener una baja satisfacción, el 40% manifestaron tener una satisfacción a nivel regular, y el 29.2% indicaron tener una alta satisfacción con los servicios proporcionados. Después de llevar a cabo la encuesta, se aplicó una prueba de correlación Rho de Spearman, consiguiendo un coeficiente de 0.910 con un valor de significancia (bilateral) de 0.000. Estos resultados indican una correlación positiva muy alta entre la gestión logística y la satisfacción del cliente, en otras palabras, existe una relación significativa entre ambas variables. Por lo tanto, se deduce que, casi la tercera parte de sus clientes no está contenta con el servicio brindado, lo que puede significar la pérdida de estos clientes, para esto la empresa debe capacitar a su personal para lograr una mejor atención e implementar controles en sus inventarios para tener los productos solicitados por sus usuarios en el tiempo requerido.

La investigadora Guevara (2019) elaboró su tesis en la compañía UCL Aduanas SAC, el objetivo principal consistió en establecer si existe una relación entre los procesos de operaciones aduaneras y la satisfacción del cliente en la organización mencionada, que se encuentra en la localidad de Callao, Perú. Para lograr conocer esta relación, realizó un tipo de investigación aplicada, de método hipotético-deductivo, de nivel correlacional, de enfoque cuantitativo, de diseño no experimental - transversal, teniendo como muestra a 24 clientes, a quienes se administraron dos cuestionarios tipo escala de Likert. Se realizaron análisis estadísticos descriptivos y se aplicó el coeficiente de correlación de Spearman para la prueba de hipótesis. Los resultados revelaron que el 91.7% de los usuarios consideraban que los procesos de operaciones aduaneras eran de alto nivel, mientras que el 8.3% los consideraban de muy alto nivel. Además, el 87.5% de los usuarios expresaron estar satisfechos con el servicio ofrecido, y el 12.5% manifestaron estar muy satisfechos, en cuanto a la prueba de correlación, se obtuvo un valor Rho de 0.798, lo que indica una correlación positiva alta, de acuerdo con la tabla de interpretación del coeficiente de correlación de Spearman; por otro lado, el nivel de significancia fue inferior al nivel de significancia de investigación de 0.05 ( $p=0.000<0.05$ ), lo que significa que están relacionado de manera significativa los procesos de operaciones con la satisfacción del cliente. Finalmente, puede afirmarse que la empresa UCL ADUANAS está llevando a cabo una efectiva administración de sus procesos aduaneros, dado que la mayoría de sus clientes muestran satisfacción con los servicios que se les proporcionan; sin embargo, para poder mejorar las operaciones aduaneras, el autor recomienda utilizar un sistema integrado, esto permitirá un mejor control de las incidencias que surjan y facilitará la elaboración de un plan de mejora; además, para mejorar la satisfacción del cliente, se aconseja enviar diariamente a sus usuarios un reporte de las operaciones para mantener siempre informado sobre el status de su despacho.



### **1.3. Objetivos**

#### ***1.3.1. Objetivo General***

Determinar la influencia de la gestión aduanera en la satisfacción del cliente de la empresa Rax Logistic SAC, Lima - 2022.

#### ***1.3.2. Objetivos Específicos***

- Determinar la influencia de las operaciones aduaneras en la satisfacción del cliente de la empresa Rax Logistic SAC, Lima – 2022.
- Determinar la influencia de la gestión logística en la satisfacción del cliente de la empresa Rax Logistic SAC, Lima – 2022.
- Determinar la influencia de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente de la empresa Rax Logistic SAC, Lima – 2022.

### **1.4. Justificación**

#### ***1.4.1. Justificación Teórica***

El trabajo de investigación se justifica de manera teórica para la variable independiente, gestión aduanera, teniendo como autor base al autor Coll (2020) el cual argumenta que la gestión aduanera dentro del contexto del comercio internacional comprende diversas operaciones, lo que la hace inherentemente compleja. No obstante, es importante destacar que coexisten distintas actividades relacionadas con las operaciones aduaneras, como importación, exportación, regímenes aduaneros y tránsito de mercancías, junto con la gestión logística que comprende aspectos como el transporte, almacenamiento y distribución. Todas estas actividades se llevan a cabo en cumplimiento de las normativas fiscales, de control, seguridad y políticas comerciales exteriores. Además, se subraya que todas las compañías participantes del comercio internacional deben contar con niveles adecuados de calidad de servicio en cuanto a su infraestructura y terminales logísticas, que sean idóneos para el movimiento y

almacenamiento de mercancías, asimismo es esencial aplicar procedimientos aduaneros que satisfagan las necesidades del mercado.

Por otro lado, la variable dependiente, satisfacción del cliente, se justifica teniendo como autor base a Gosso (2008) quien describe la satisfacción del cliente como un estado emocional que surge al comparar las expectativas previas del cliente con su experiencia real resultante del servicio proporcionado. Además, identifica tres niveles distintos de satisfacción del cliente: primero, si el resultado es neutro, la empresa solo no habrá agregado valor al objetivo de su servicio; segundo, si el resultado es negativo, la empresa asumirá costos extras, como por ejemplo la compensación al cliente o volver a efectuar el servicio; tercero, si el resultado es positivo; es decir, la experiencia percibida superó las expectativas, se habrá logrado la satisfacción del cliente, esto generará la lealtad del cliente y despertará su interés por volver a utilizar el servicio.

#### ***1.4.2. Justificación Metodológica***

El trabajo de investigación se justifica de manera metodológica debido a que se basa en un estudio de tipo básica, ya que su propósito radica en adquirir y recopilar datos con el fin de avanzar en el ámbito del conocimiento científico, de la misma forma se basa en un enfoque cuantitativo, ya que los datos recolectados serán por medio de un cuestionario, en donde se obtendrán datos numéricos que luego serán procesados en un software estadístico, y con los resultados se probarán las hipótesis previamente formuladas. Además, se dice que, es de diseño no experimental, dado que las variables no serán objeto de manipulación, sino que únicamente se observarán los fenómenos en su contexto natural para posteriormente analizarlos. Asimismo, es de método hipotético-deductivo, en vista que parte de una teoría sustentada sobre un tema en específico y deriva de ello hipótesis comprobables a través del método científico.

### ***1.4.3. Justificación Práctica***

El trabajo de investigación se justifica de manera práctica considerando que los resultados obtenidos permitirán a la empresa RAX LOGISTIC SAC tener una visión más clara y detallada acerca de cómo sus clientes están percibiendo el servicio de gestión aduanera brindado. De esta manera podrán conocer el sentir actual de sus clientes y de ser necesario realizar correcciones respectivas en su gestión para lograr contar con la mayor cantidad posible de clientes satisfechos, puesto que de esa manera contribuirá a mejorar el posicionamiento de la empresa. Al mismo tiempo, esta investigación servirá como base para investigaciones próximas que tengan relación con las variables presentadas, de la misma forma, permitirá que otras empresas puedan conocer si la satisfacción que perciben los clientes es en parte influida por la gestión aduanera realizada por una empresa y cuáles son los indicadores que se deben considerar para poder trabajar sobre ellos con el fin de obtener una mejor satisfacción y por consecuencia mayor rentabilidad.

## **1.5. Hipótesis**

### ***1.5.1. Hipótesis General***

La gestión aduanera influye positivamente en la satisfacción del cliente de la empresa Rax Logistic SAC, Lima – 2022.

### ***1.5.2. Hipótesis Específicas***

- Las operaciones aduaneras influyen positivamente en la satisfacción del cliente de la empresa Rax Logistic SAC, Lima – 2022.
- La gestión logística influye significativamente en la satisfacción del cliente de la empresa Rax Logistic SAC, Lima – 2022.
- La calidad de servicio influye positivamente en la satisfacción del cliente de la empresa Rax Logistic SAC, Lima – 2022.

## II. MARCO TEÓRICO

### 2.1. Bases teóricas sobre el tema de investigación

#### 2.1.1. *Gestión Aduanera*

Como autor base de analizó a Coll (2020) quién indica que la gestión aduanera centrado en el comercio mundial, comprende varias operaciones lo que conlleva a ser fuertemente complicada. No obstante, es válido señalar que coexisten múltiples actividades relacionadas con las operaciones aduaneras, que incluyen importación, exportación, regímenes aduaneros y tránsito de mercancías; asimismo, se encuentra la gestión logística, que abarca aspectos como transporte, almacenamiento y distribución, todas estas actividades se desarrollan en consonancia con las normativas fiscales, de control, seguridad y políticas comerciales exteriores. Para los actores involucrados en el comercio global, esto implica la necesidad de tener niveles apropiados de calidad de servicio en cuanto a su infraestructura y terminales logísticos, que sean adecuados para el movimiento y almacenamiento de mercancías, también es esencial aplicar procedimientos aduaneros que contribuyan a satisfacer las demandas del mercado, todo esto para dar atención de las necesidades de manera eficaz, puesto que en el mercado global la empresa que ofrezca el mejor servicio gozará de una ventaja competitiva frente a los demás.

Además, el autor Hurtado Ganoza (2018), nos dice que la gestión aduanera está relacionada a la logística internacional; en el caso de las empresas exportadoras o importadoras deberán planear y desarrollar sus operaciones con una adecuada gestión que garantice la satisfacción del cliente; por lo que para las gestiones relacionadas al comercio exterior recurren a la contratación de empresas especializadas, las cuales se encargarán de gestionar las operaciones aduaneras, revisar las restricciones, requisitos documentarios, inspecciones, etc. Además, también estas empresas gestionarán el servicio de transporte, puesto que los precios de los fletes están en constante variación. Por otro lado, se indica que los operadores logísticos

dedicados a la gestión aduanera han ido evolucionando debido a que los clientes siempre están en busca de socios estratégicos que garanticen un correcto desarrollo de las operaciones aduaneras.

Al mismo tiempo, González et al. (2011), señala que la gestión aduanera es una pieza significativa en el comercio internacional, debido a que está relacionada con la estructura logística de las actividades de comercio exterior. Asimismo, recalca la importancia que las empresas exportadoras e importadoras conozcan adecuadamente su mercancía, ya que esto permitirá una correcta clasificación arancelaria, pues de esta manera cumplirá con los documentos aduaneros y administrativos que exige la ley.

Por su parte, el autor Vilches (2014) define la aduana como un organismo oficial encargado de registrar y controlar los bienes que se importan o exportan; así como también otra de sus principales funciones es la recaudación de impuestos de los productos que ingresan. Además, la legislación aduanera cuenta con operadores económicos autorizados, los cuales se dedicarán profesionalmente a las actividades relacionados con la gestión aduanera, este estatuto será otorgado por las autoridades aduaneras después de evaluar el cumplimiento de los requisitos legales.

#### **2.1.1.1. Dimensión 1: Operaciones Aduaneras**

El autor Coll (2020) indica que las operaciones aduaneras son operaciones de elementos intangibles o invisibles; es decir, concepciones inmateriales que son parte del comercio exterior, estas operaciones están conexas a la importación, exportación, regímenes aduaneros; que no es más que las operaciones que se realizan en el traslado de la mercancía de una a otra área económico-fiscal bajo el cumplimiento de las normas legales y tributarias aduaneras. También nos expone que desde que una mercancía tiene como fin un cliente de otro país, se debe realizar una serie de operaciones para que llegue correctamente a su destino, por lo que las empresas contratan operadores logísticos especializados que han de cumplir las normas de

política comercial de los estados, las cuales tienden a tener un control fiscal y verificación de las mercancías que entran y salen de su territorio. Estos operadores realizan actividades de despacho aduanero, manipulación de mercancía, transporte de carga, liquidación de tributos, etc.

Además, según la *LEY N° 15.691 Código Aduanero Uruguayo* (2010), Título II, Capítulo I, Artículo 43, señala que las Operaciones aduaneras, son aquellas que se relacionan con las de desembarque, embarque, así como las de entradas, salidas y tránsito de mercaderías.

Por otro lado, se tiene el *Decreto 390 Nuevo Estatuto Aduanero* (2016), el cual se establece la regulación aduanera, en el Capítulo I, Artículo 3, donde se señala que la operación aduanera, está relacionada movimiento de embarque, desembarque, traslación, circulación, entrada, salida y almacenaje de las mercancías relacionadas al comercio entre países, además todas estas actividades descritas estarán sujetas al control aduanero.

#### **2.1.1.2. Dimensión 2: Gestión Logística**

El autor Castellanos (2009) menciona que la logística se ocupa de planificar, implementar y controlar de forma eficiente y efectiva el movimiento, almacenamiento, transporte y distribución de productos desde su lugar de origen hasta su destino final, con la finalidad de satisfacer las necesidades de los usuarios; por esta razón, la logística se convierte en un componente crucial de la competitividad, ya que puede determinar el triunfo o fracaso en la venta de un producto. Además, se destaca que la distribución física de mercancías a nivel internacional engloba todas las acciones necesarias para transportar un producto desde el país de origen hasta el almacén del importador en el país de destino, asegurando una calidad óptima, costos razonables y entregas puntuales.

Para el autor Hurtado Ganoza (2018), la gestión logística es vista como una fortaleza y herramienta competitiva; además, señala que la logística comprende procesos de planificación, implementación y control, incluyendo la gestión del flujo de materias primas, productos en

proceso y productos terminados, con el objetivo de cumplir con las expectativas de los consumidores. También se destaca que el propósito principal de la logística es proporcionar el producto adecuado, en la cantidad requerida, en el momento preciso, en el lugar indicado y a un costo razonable, todo ello con el propósito de satisfacer las necesidades del usuario.

Escudero Serrano (2019) indica que la logística se encarga de administrar los recursos requeridos, como transporte y tecnología informática, así como movilizar los recursos humanos y financieros con el objetivo de minimizar los gastos, de esa manera aumentará los beneficios de la empresa, además siempre tiene que velar por garantizar la calidad del producto o servicio ofertado ya que esto representa una ventaja competitiva, puesto que el principal propósito de la logística es cumplir con la demanda de manera óptima en términos de servicio, costo y calidad.

### **2.1.1.3. Dimensión 3: Calidad de Servicio**

El autor López (2010) enuncia que hoy en día la calidad se ha transformado en una ventaja competitiva que ayuda al éxito frente a la competencia, asimismo la calidad es asociada al servicio, pues ya no es suficiente ofertar al consumidor un producto en buenas presentaciones, sino que adicionalmente se debe ofrecer en la cantidad, lugar y momento que requiere el cliente, es aquí donde la competitividad cobra una vital importancia, además nos dice que la calidad de servicio logístico brindado debe velar por una serie de dimensiones que determinarán que el cliente esté satisfecho o no con el servicio otorgado, además se debe tener en cuenta que estos costos para cuidar el servicio o producto son trasladados al precio del bien o servicio otorgado, por lo que las empresas trabajarán sobre ciertos aspectos para destacar sobre las demás, siendo estos la fuente de su ventaja competitiva. Por mencionar algunos puntos más comunes que tienden a trabajar son la fiabilidad, es decir cumplir aquello en lo que se ha tomado un compromiso; respeto por la normativa vigente, cobra relevancia en el almacenaje y transporte de mercancías peligrosas y/o perecederas; resolución de problemas, se

debe dar solución de manera rápida y eficaz para obtener una buena opinión del cliente acerca de nuestra empresa.

Por otro lado, Del Molino et al. (2009) expresa que la búsqueda de la calidad del servicio, se puede entender como la búsqueda de la satisfacción del cliente, es por eso que al colocar como foco al cliente en la definición de la calidad trae como consecuencia que la calidad del producto no alcance los estándares requeridos para conseguir la tan anhelada satisfacción; hoy en día el producto suele ser poco diferenciador, puesto que intervienen otras variables para que el cliente este satisfecho o no. Se puede decir, que en la relación proveedor – cliente no solo está la transacción del producto, sino además se tienen aspectos intangibles. Si una empresa quiere aumentar la calidad de servicio otorgado debe contar con percepciones de los clientes, ya que son ellos quienes valoraran el servicio brindado, si el cliente percibe una buena calidad de servicio impactará de manera positiva en los resultados de la empresa, ya que es posible que compren más veces, estén dispuestos a pagar más, y asimismo recomendarán a otros el producto o servicio ofertado.

### ***2.1.2. Satisfacción del Cliente***

Como autor base de analizó a Gosso (2008) quien describe a la satisfacción del cliente como un estado emocional resultante de la comparación entre las expectativas del cliente y su experiencia derivada del servicio proporcionado. Explica tres niveles de satisfacción del cliente: primero, si el resultado es neutro, la empresa solo no habrá agregado valor al objetivo de su servicio; segundo, si el resultado es negativo, la empresa asumirá costos extras, como por ejemplo la compensación al cliente o volver a efectuar el servicio; tercero, si el resultado es positivo; es decir, la experiencia percibida superó las expectativas, se habrá logrado la satisfacción del cliente, lo que causará la fidelidad del cliente y sentirá el deseo de volver a adquirir el servicio, así como también es posible que cuente sus experiencias a los demás; por



otro lado esta satisfacción positiva causará que el personal este más motivado , ya que el cliente estará agradecido con ellos por el servicio brindado.

Para los autores Kotler & Armstrong (2012) la satisfacción del cliente se refiere al nivel en el cual el desempeño de un producto concuerda con las expectativas del consumidor. Cuando el desempeño coincide o supera las expectativas, el cliente experimenta un grado de satisfacción ya sea de sentirse satisfecho o muy satisfecho correspondientemente. Además, se subraya que la mayoría de los estudios indican que niveles más altos de satisfacción del cliente generan clientes más fieles. Los clientes encantados con el producto o servicio no solo vuelven a adquirirlo, sino que transmiten a otros sus buenas experiencias.

Por su parte, Dutka (1994) expone que los clientes satisfechos ofrecen a la empresa la promesa del incremento de los beneficios y disminución de los costos operativos. La satisfacción del cliente es una inquietud que aumenta en todas las empresas, debido a que cada vez más los compradores requieren que los productos no solos satisfagan sus expectativas, sino que también las excedan, conjuntamente esperan que la calidad óptima esté relacionada con los precios bajos. Por otro lado, investigar sobre la satisfacción del cliente se concentra en dos temas como son entender las expectativas y demandas del consumidor y comprobar en qué medida una compañía y su competencia obtienen éxito en la satisfacción de esas expectativas y exigencias.

#### **2.1.2.1. Dimensión 1: Expectativas del Cliente**

El autor Gosso (2008) afirma que las expectativas del cliente están conformadas por las características del desempeño que esperan recibir de la prestación de servicios, asimismo explica que esta expectativa está conformada por dos dimensiones, la primera es estructural, que abarca elementos como el uniforme del personal o la limpieza de sus oficinas y la segunda es emocional, que se relaciona con las emociones que el cliente espera experimentar durante el

servicio. Por otro lado, nos dice que las expectativas del cliente están constantemente sujetas a cambios, debido a que crean expectativas basándose en diferentes elementos como:

- La información que se escuche de otros clientes
- Las experiencias previas recibidas por el servicio brindado
- La publicidad brindada por la compañía
- El precio cuando no se tiene otros elementos para valorar la calidad del servicio

Por su parte, Da Silva (2020) define a la expectativa del cliente como todo lo que el comprador aguarda de la empresa como marca, estas expectativas están relacionadas con las experiencias que tuvieron con la propuesta, calidad del producto y servicio de atención brindado. Algunos de los factores que influyen en las expectativas del cliente son en primer lugar, la apariencia de las instalaciones, redes sociales, trabajadores; en segundo lugar, la precisión para realizar el servicio y la fiabilidad otorgada; en tercer lugar, la capacidad de respuesta de las inquietudes del consumidor.

#### **2.1.2.2. Dimensión 2: Experiencia del cliente**

Para el autor Álvarez (2016) la experiencia del cliente será la percepción que tiene el cliente al interactuar con tu empresa, ya que al entrar en contacto con la empresa a través de la página web, punto de vista físico, centro de atención telefónica o cualquier otro canal creará una serie de emociones que determinarán si adquiere el producto o servicio; este viaje de la experiencia comienza cuando el consumidor descubre tu producto, decide adquirirlo y usarlo, cuando necesita un servicio post venta y cuando toma la decisión si volverá a repetir la compra con tu empresa u otra empresa en función al resultado de la relación con tu compañía. Para que una compañía ofrezca una buena experiencia a sus clientes se debe basar en tres criterios; el primero es respuesta a la exigencia, es decir si la interacción con tu empresa le ha ayudado a encontrar lo que busca; el segundo es la facilidad, el usuario valorará el tiempo y esfuerzo que le ha tomado hallar su objetivo, y tercer es la satisfacción, es decir si el producto o servicio ha

brindado una experiencia agradable y satisfactoria. Lograr esta satisfacción aumenta de forma notable la posibilidad de que el cliente te vuelva a realizar una compra, aumente su fidelidad hacia tu compañía y recomiende tu producto o servicio a otras personas. En conclusión, los clientes podrán adquirir tu producto o servicio; sin embargo, solo la experiencia que ha vivido con tu empresa hará que regresen a repetir esa compra.

Por su lado, Alborno (2022) expone que la experiencia del cliente son todas las emociones que un cliente ha experimentado antes, durante y después de la adquisición de un producto o servicio. Actualmente cada vez son más las empresas que han convertido a la experiencia del cliente como un asunto prioritario, debido a que si una experiencia es percibida como satisfactoria por parte del usuario se puede traducir en un aumento de las ventas, una fidelidad por su parte, una mayor rentabilidad, mayor posicionamiento de la empresa y da un valor añadido al servicio otorgado.

### **2.1.2.3. Dimensión 3: Niveles de Satisfacción del Cliente**

Kotler & Lane (2006) sostienen que el grado de satisfacción en la compra está vinculado a los resultados del servicio o producto proporcionado en relación con las expectativas de beneficios del cliente. Si los resultados son menores a las expectativas, esto se reflejará en un cliente insatisfecho; por otro lado, si los resultados están acorde a las expectativas se dice el usuario habrá quedado satisfecho; por último, si los resultados están por encima las expectativas se puede concluir que el cliente estará muy satisfecho. Además, se enfatiza que la empresa debe adoptar una filosofía orientada a crear un elevado nivel de satisfacción del cliente, lo que a su vez favorece la satisfacción adecuada para los demás participantes en el negocio como son los trabajadores, distribuidores, proveedores y accionistas.

Thompson (2019) menciona que a través del nivel de satisfacción de un cliente, es posible determinar su grado de lealtad hacia la marca o empresa. Se identifican tres niveles de

satisfacción: en primer lugar, está la insatisfacción, que se da cuando el producto o servicio no cumple con las expectativas, lo que ocasionará que el cliente cambie de proveedor de forma inmediata; en segundo lugar, tenemos a la satisfacción, el cual se produce cuando las expectativas del cliente coinciden con el desempeño del producto o servicio, este cliente mantendrá su lealtad, aunque solo hasta que encuentre otro proveedor que le ofrezca una mejor propuesta y por último tenemos a la complacencia, este nivel se experimenta cuando el rendimiento percibido sobrepasa las expectativas del usuario, el cliente que perciba esta satisfacción será leal a la compañía debido a que sentirá una aproximación emocional que prevalece a la preferencia racional.

### III. MÉTODO

#### 3.1. Tipo de investigación

##### 3.1.1. *Tipo de Investigación*

Según el autor Álvarez-Risco (2020), la investigación básica tiene como objetivo obtener nueva información y comprenderla con el fin de aumentar el conocimiento actual. Por esta razón, la presente tesis es una investigación de tipo básica porque recolecta información sobre el tema planteado para encontrar una solución a un problema y a su vez difundir los conocimientos sobre el tema planteado para ofrecer aportes a la sociedad.

##### 3.1.2. *Enfoque de Investigación*

El estudio realizado por Arteaga (2020) menciona que el enfoque cuantitativo se orienta a mediciones con objetividad, estudios estadísticos y la obtención de datos mediante herramientas como cuestionarios. Por ello, la presente tesis realiza un enfoque cuantitativo, puesto que se realiza la recopilación de datos y luego el análisis de estos a través de herramientas estadísticas con el fin de tener resultados cuantificables.

##### 3.1.3. *Alcance de Investigación*

Según Arias et al. (2020) indican que el alcance correlacional se centra en validar si existe una correlación de dos variables a través de técnicas estadísticas y que con la medición de ellas se va a conocer el comportamiento de las variables. Por ese motivo la presente tesis desarrolla un alcance correlacional dado que se realiza la medición de dos variables para cuantificarlas y analizar la relación entre ellas.

##### 3.1.4. *Diseño y corte de Investigación*

El trabajo realizado por Mata (2019), describe al diseño no experimental como un estudio donde no se manipulan las variables con el fin de examinar las situaciones o fenómenos en un entorno natural sin ninguna influencia para luego realizar el análisis correspondiente. Por eso la presente investigación tiene un diseño no experimental porque no realiza ningún control

en las variables que se presentan en la tesis y mantiene el proceso natural en donde se aplican las variables.

Según Coll (2022), el corte transversal en una investigación se basa en un estudio observacional a través del análisis de diversas variables con una determinada muestra en un determinado periodo. Por ello, la presente tesis aborda un corte transversal porque se puede realizar la medición de varias variables y la opción de no examinar lo que sucedió antes y después debido a que se hace uso de un tiempo determinado.

### ***3.1.5. Método de Investigación***

El estudio realizado por Bastis Consultores (2021) define al método hipotético deductivo como el procedimiento que comienza con conjeturas o hipótesis para luego realizar la comprobación de estas a través de la recopilación y análisis de los datos con el fin de concluir con ideas más concretas. Por ende, la presente tesis utiliza el método hipotético deductivo porque este método permite una investigación más completa ya que se proponen hipótesis dando lugar al análisis respectivo para su comprobación y con ello se enfoca a la resolución de un problema.

## **3.2. Ámbito temporal y espacial**

El presente trabajo de investigación consideró como unidad de análisis la empresa RAX LOGISTIC S.A.C., ubicado en el distrito de San Miguel del departamento de Lima, Perú. La información utilizada en el trabajo de investigación será recolectada durante el periodo del año 2022.

## **3.3. Variables**

### ***3.3.1. Definición conceptual de la variable: Gestión Aduanera***

Según el autor Coll (2020) indica que la gestión aduanera son diversas operaciones en donde “Coexisten operaciones comerciales de importación, exportación, regímenes especiales y tránsito de mercancías, junto con la logística de transporte, almacenaje y distribución, que

operan en el cumplimiento de las normativas fiscales, de control, de seguridad y de política comercial exterior. Para los agentes que intervienen en el comercio internacional, ello significa disponer de una serie de servicios, infraestructuras y terminales adecuados para la circulación y almacenamiento de mercancías” (p. 19)

Las gestiones relacionadas al comercio internacional se deben realizar por empresas especializadas, las cuales deben contar con personal capacitado en las diferentes áreas, ya que de esta manera lograrán un adecuado servicio al cliente.

### ***3.3.2. Definición conceptual de la variable: Satisfacción del Cliente***

Según el autor Gosso (2008), “La satisfacción es un estado de ánimo resultante de la comparación entre las expectativas del cliente y el servicio ofrecido por la empresa. Si su resultado es neutro, no se habrá movilizó ninguna emoción positiva en cliente, lo que implica que la empresa no habrá conseguido otra cosa más que hacer lo que tenía que hacer, sin agregar ningún valor añadido” (p. 77)

### 3.3.3. Operacionalización de las variables

**Tabla 1**

*Matriz de Operacionalización de la variable: Gestión Aduanera*

<b>VARIABLES</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ÍTEMS</b>	<b>ESCALA DE MEDICIÓN</b>	<b>NIVELES Y RANGOS DE LA VARIABLE</b>	
Gestión Aduanera	Operaciones aduaneras	*Importación	1,2,3,4	Escala de Likert	Alto (37 - 50) Medio (23 - 36) Bajo (10 - 22)	
		*Exportación				
		*Regímenes Aduaneros				
		*Tránsito de Mercancías				
	Gestión logística	*Transporte	5,6,7	Totalmente en desacuerdo (1)		
		*Almacenamiento				
		*Distribución				
	Gestión Aduanera	Calidad de Servicio	* Respeto por la normativa vigente	8,9,10		Indeciso (3) De acuerdo (4)
			*Fiabilidad			
			*Resolución de problemas			
				Totalmente de acuerdo (5)		



**Tabla 2***Matriz de Operacionalización de la variable: Satisfacción del cliente*

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Niveles y rangos de la variable
Satisfacción del cliente	Expectativas del cliente	* Personal de trabajo	1,2,3,4	Escala de Likert	Alto (40 - 55) Medio (26 - 39) Bajo (11 - 25)
		* Información de otros clientes			
	Experiencia del cliente	* Publicidad	5,6,7,8	A veces (3)	
		* Absolución de consultas			
	Niveles de Satisfacción del Cliente	* Capacidad de respuesta	9,10,11	Casi siempre (4)	
		* Información del servicio			
		* Personal Calificado		Siempre (5)	
		* Servicio Post Venta			
		* Satisfacción			
		* Complacencia			
	* Fidelidad				

### 3.4. Población y muestra

La población se compone por 84 clientes de la compañía RAX LOGISTIC.

#### 3.4.1. Muestra

De acuerdo con Hernández et al. (2014), la muestra es un subgrupo de la población o universo, es aquel fragmento representativo para la investigación, también son conocidos como la porción que ha pasado por diversos filtros, sea por criterios de inclusión y exclusión, o selección simple.

La población se compone por 84 clientes de la compañía RAX LOGISTIC, para identificar la muestra se aplicó una ecuación para calcular el tamaño de muestra, siendo ésta la siguiente:

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N - 1)) + k^2 * p * q} \quad (1)$$

Donde:

e: error deseado que se considera el 5%=0.05.

p: Proporción de individuos que tienen la característica de estudio dentro de la población, este dato se suele considerar 0.5.

q: Probabilidad de fracaso. Se suele considerar que el valor sea 0.5.

n: Tamaño de la muestra.

N: Tamaño de la población o universo.

k: Es la constante que depende del nivel de confianza, del cual será 1.96 significando un 95% de nivel de confianza.

Reemplazando los datos en la ecuación 1:

$$\frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 84}{(0.05^2 * (84 - 1)) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5} = 70$$

La muestra de investigación y la aplicación de la encuesta fue realizada a 70 clientes de la empresa RAX LOGISTIC, debido a que son ellos los que tienen diversas percepciones, juicios e ideas respecto a la satisfacción al cliente y todo el proceso de adquisición del servicio.

### **3.5. Instrumentos**

#### **3.5.1. Técnica**

La información necesaria será recolectada usando la técnica de la encuesta, con la que será posible clasificar las respuestas usando la escala de Likert, además de diferenciar las dimensiones analizadas.

La encuesta se enviará vía virtual, y los resultados se canalizarán a través de la plataforma Google Forms:

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSezlnm8IsuwebMx0mbamRwfUkzGXOrMVX57wMOH46rvZozUiw/viewform?usp=sf\\_link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSezlnm8IsuwebMx0mbamRwfUkzGXOrMVX57wMOH46rvZozUiw/viewform?usp=sf_link)

#### **3.5.2. Instrumento**

El instrumento utilizado será el cuestionario, en donde se plasmarán todos los ítems concernientes a los indicadores de cada variable, para así medir las dimensiones y por ende la variable, en donde así identificaremos los niveles actuales de cada variable, también se realizará los análisis descriptivos e inferenciales para aprobar o desaprobar las hipótesis planteadas.

#### **3.5.3. Validez del Instrumento de Medición**

La validación de los instrumentos de medición brinda un valor científico a la presente tesis debido a que se puede identificar si el instrumento es aplicable y válido para recolectar la información de las variables analizadas. Cada instrumento pasa un juicio de experto en donde se identificará si el contenido es: pertinentes, relevante y claro; los cuales se demuestran en los resultados del estudio. (Hernández et al., 2017)

Para la validez, se mostró la matriz de operacionalización, objetivos del estudio y los ítems que conforman los instrumentos, a tres expertos quienes evaluaron la consistencia y

claridad, para así finalmente cada experto firma un certificado de validez de los instrumentos.  
(Anexo C)

### **3.5.4. Confiabilidad de los instrumentos de Medición**

Con el fin de evaluar la confiabilidad de los instrumentos utilizados para medir las variables, se utilizó una prueba piloto con la recolección de datos de 25 clientes.

Según Hernández et al. (2014b), indica que la importancia del nivel de confiabilidad del instrumentos radica en lo preciso que puede ser el instrumento y apta para medir la variable así como también sus dimensiones e indicadores. Aplicar el índice de confiabilidad Alfa de Cronbach en una pequeña muestra, brindará el nivel de confianza y así proseguir con el presente estudio.

De acuerdo con Mejía (2005), el coeficiente de confiabilidad oscila entre los valores de 0 y 1, en donde el mínimo aceptable para que el instrumento sea óptimo en la medición debe ser superior a 0.7, para así evitar recolectar información defectuosa o sesgada que podrían conllevar a resultados y percepciones erróneas.

Utilizando el software SPSS v26, se halló el nivel de confiabilidad bajo el coeficiente Alfa de Cronbach, la información obtenida se detalla en la tabla

**Tabla 3.**

*Alfa de Cronbach*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,901	25

De acuerdo con la Tabla 3, el resultado del coeficiente de Alfa de Cronbach, en base a la prueba piloto de 25 clientes, se puede identificar un nivel de .901, determinando una confiabilidad muy alta y que indica que el instrumento es aplicable.

### 3.6. Procedimientos

El presente trabajo de investigación realizó el siguiente procedimiento:

- Se contactó al Gerente General de la empresa RAX LOGISTIC para solicitar una reunión virtual.
- Se realizó una reunión con el gerente y se expuso el tema de la tesis, los objetivos y la información que se requerirá de la empresa.
- Se presentó una carta formal dirigida a RAX LOGISTIC para solicitar la autorización y aplicación de la encuesta en su debido momento.
- El gerente brindó la autorización.
- Se comenzó a desarrollar el plan de tesis.
- Se presenta el plan a la universidad.
- La universidad aprueba el plan de tesis.
- Envío virtual de la encuesta al gerente para que solicite a sus clientes las respuestas.
- Recolección de las respuestas
- Procesamiento de datos
- Conclusión y discusiones
- Presentación final en el formato de tesis a la universidad
- Aprobación de la universidad
- Presentación de resultados al Gerente de RAX LOGISTIC para su conocimiento.

### 3.7. Análisis de datos

Los instrumentos empleados en el presente estudio se sometieron a un juicio de expertos para la aprobación y futura aplicación a la muestra analizada, además ello para obtener la veracidad de los instrumentos aplicación, también se realizará una prueba piloto en donde se

utilizarán a 25 clientes para así obtener el coeficiente de Alfa de Cronbach y así saber que los instrumentos aplicados son confiables.

Todos los datos recolectados serán procesados en el software estadístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versión 26.0, en donde se obtendrán los gráficos resultados además de las tablas inferenciales para la aprobación o desaprobación de las discusiones planteadas. Para la estadística descriptiva se identificarán los niveles y porcentajes, y para el análisis inferencial se realizará por medio de la correlación Rho de Spearman.

### **3.8. Consideraciones éticas**

El presente trabajo de investigación cumplió con respetar la autoría de las informaciones obtenidas por medio digitales y físicos, por ello se citó y referencio de manera correcta. La información recabada fue de tesis, páginas webs, blog, bases internacionales, artículos científicos, artículos de revisión, entre otros, todos ellos recolectados de bases de datos confiables y con la aprobación de investigadores reconocidos a nivel nacional por CONCYTEC.

Como se mencionó previamente, el presente trabajo de investigación se someterá al juicio de expertos para la aprobación de los instrumentos utilizados, esto para obtener datos estadísticos relevantes y de calidad para la creación de los resultados.

Previamente a la aplicación de los instrumentos a la muestra de investigación, se le hará firmar un consentimiento informado en donde se le explicará los datos que se recabarán, los objetivos y relevancia de su aporte en el presente trabajo de investigación, cabe resaltar que se le indicará que todo dato brindado es de manera anónima y sin fines de lucro.

El presente trabajo de investigación se someterá a los reglamentos estipulados en la Universidad Nacional Federico Villarreal respecto al porcentaje máximo de plagio basado en el programa Turnitin que debe ser inferior al 20%, además de seguir los reglamentos y lineamientos APA 7ma edición.

## IV. RESULTADOS

### 4.1. Resultados Descriptivos

#### 4.1.1. Variable Gestión Aduanera

En una muestra de 70 clientes de la compañía RAX LOGISTIC que evaluaron la variable "Gestión Aduanera", se observó que la mayoría de los encuestados, es decir, 57 clientes (81.5%), calificaron esta área como "Nivel Bueno", lo que indica una alta satisfacción y confianza en los servicios aduaneros ofrecidos, posiblemente reflejando una eficiente y efectiva gestión aduanera por parte de la empresa. Sin embargo, un segmento más reducido, constituido por 12 clientes (17.1%), la consideró de "Nivel Regular", sugiriendo la posibilidad de mejoras específicas o la presencia de áreas de oportunidad en la gestión aduanera que podrían ser atendidas para aumentar la satisfacción de este grupo de clientes. Solo un cliente (1.4%) la clasificó como "Nivel Malo", lo que indica una preocupación aislada, pero que también puede ser considerada para la mejora continua de los servicios aduaneros proporcionados por la empresa. En general, estos resultados reflejan en su mayoría una satisfacción positiva, aunque existe un espacio para atender las necesidades de aquellos que expresaron una satisfacción moderada o baja, lo que puede contribuir a una mejora general en la calidad de los servicios aduaneros ofrecidos por RAX LOGISTIC.

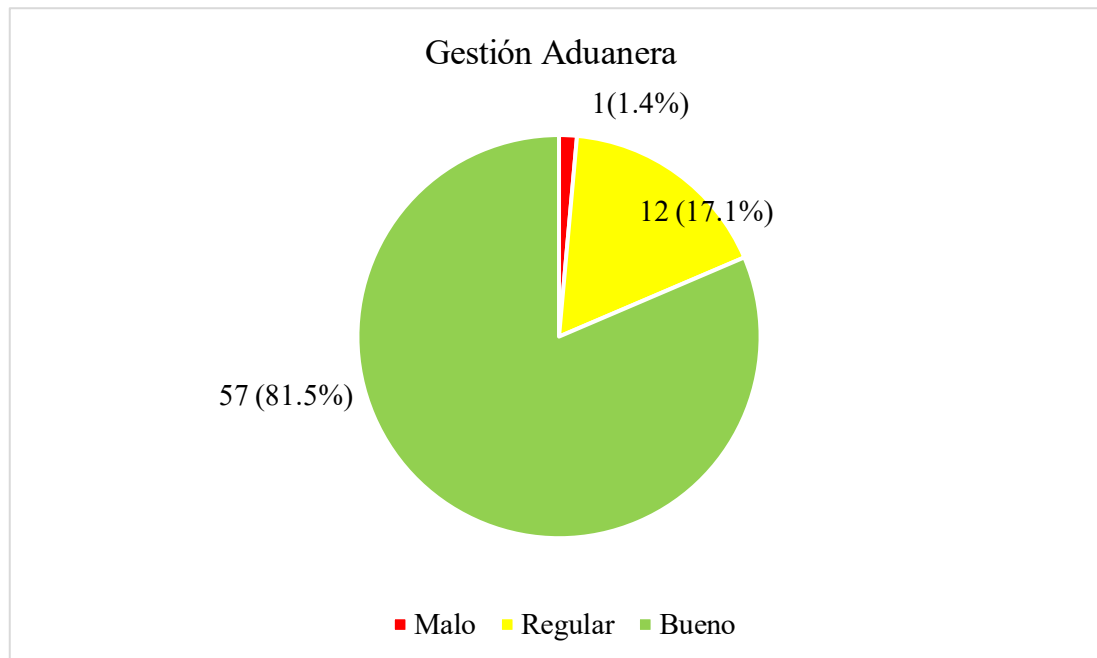
**Tabla 4**

*Niveles de la Variables Gestión Aduanera*

Niveles	Gestión Aduanera	
	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	57	81.5
Regular	12	17.1
Malo	1	1.4
Total	70	100

**Figura 1**

*Niveles de la Variables Gestión Aduanera*



En la primera dimensión, Operaciones Aduaneras, el hecho de que el 87.2% de los clientes haya calificado esta área como "Nivel Bueno" sugiere que la mayoría de ellos están satisfechos con la eficiencia y efectividad de los servicios aduaneros proporcionados. Los 8 clientes (11.4%) que la consideraron "Regular" podrían estar experimentando algunos desafíos o áreas de mejora específicas, lo que podría deberse a incidentes aislados o procesos que necesitan ser optimizados. El cliente que la calificó como "Malo" (1.4%) señala una preocupación individual que podría requerir una atención inmediata y resolución. En la segunda dimensión, Gestión Logística, los 49 clientes (70%) que la calificaron como "Nivel Bueno" indican una satisfacción general, pero los 20 clientes (28.6%) que la consideraron "Regular" sugieren que hay margen para mejorar la eficiencia y la coordinación en la gestión logística de la empresa. El cliente que la calificó como "Malo" (1.4%) resalta una preocupación particular en esta área. En la dimensión de Calidad de Servicio, los 54 clientes (77.2%) que



evaluaron esta área como "Nivel Bueno" demuestran una percepción positiva en cuanto a la calidad general de los servicios ofrecidos por RAX LOGISTIC. Sin embargo, los 15 clientes (21.4%) que la calificaron como "Regular" podrían estar indicando que existen oportunidades para mejorar aspectos específicos de la experiencia del cliente, como la comunicación o la respuesta a sus necesidades. El cliente que la calificó como "Malo" (1.4%) plantea una preocupación individual en relación con la calidad del servicio.

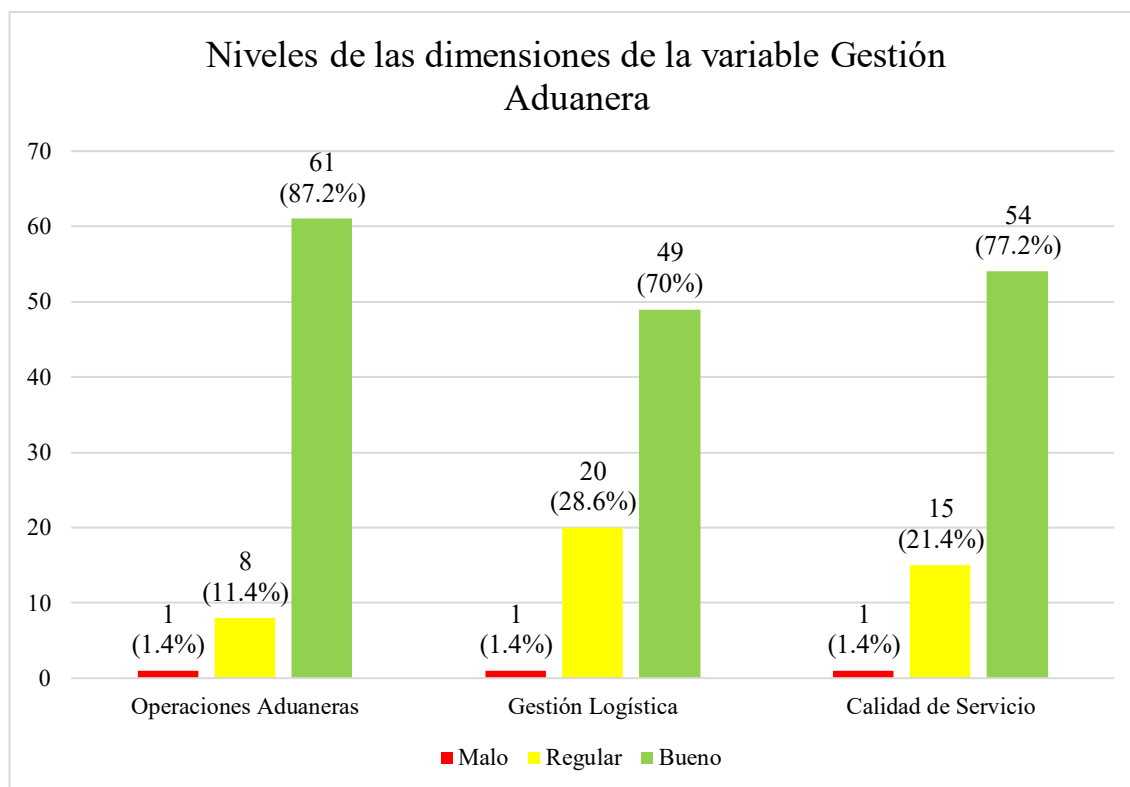
Tabla 5

*Niveles de las dimensiones de la Variable Gestión Aduanera*

Niveles	Operaciones Aduaneras		Gestión Logística		Calidad de Servicio	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	61	87.2	49	70	54	77.2
Regular	8	11.4	20	28.6	15	21.4
Malo	1	1.4	1	1.4	1	1.4
Total	70	100	70	100	70	100

**Figura 2**

*Niveles de las dimensiones de la variable Gestión Aduanera*

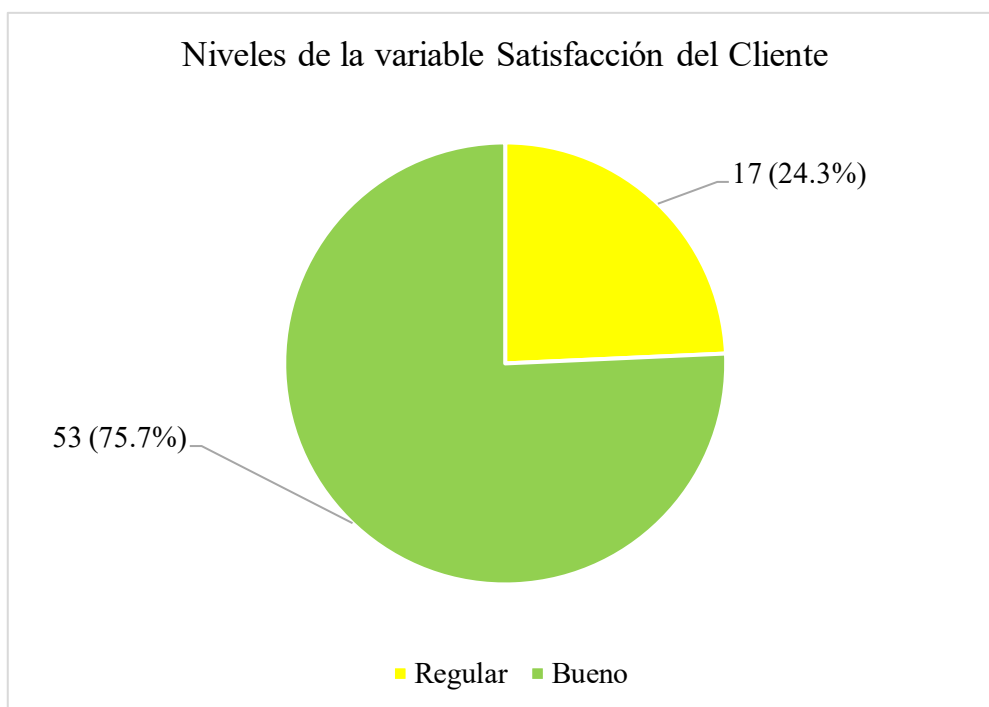


### **Variable Satisfacción del Cliente**

Según los datos, 53 clientes (75.7%) calificaron su satisfacción como "Nivel Bueno", esto señala que la mayoría de los encuestados expresan satisfacción con los servicios y la experiencia que han tenido con la empresa RAX LOGISTIC. Por otro lado, 17 clientes (24.3%) calificaron su satisfacción como "Nivel Regular", lo que sugiere que un segmento minoritario podría tener expectativas o áreas específicas que podrían mejorarse para lograr una satisfacción aún más alta. En general, estos resultados reflejan un nivel positivo de satisfacción del cliente, pero también señalan la importancia de mantener y mejorar continuamente los servicios para satisfacer las necesidades de todos los clientes.

**Tabla 6***Niveles de la variable Satisfacción del Cliente*

Niveles	Satisfacción del Cliente	
	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	53	75.7
Regular	17	24.3
Total	70	100

**Figura 3***Niveles de la variable Satisfacción del Cliente*

En la primera dimensión, "Expectativas del Cliente," el alto porcentaje de clientes (72.9%) que la calificaron como "Nivel Bueno" indica que la mayoría de ellos sienten que sus expectativas están siendo satisfechas por la empresa. Sin embargo, el hecho de que el 25.7% la calificara como "Nivel Regular" sugiere que algunos clientes podrían tener expectativas más

altas o áreas específicas en las que esperan mejoras. La calificación de "Malo" por parte de un cliente (1.4%) señala una preocupación individual que puede requerir una atención especializada. En la segunda dimensión, "Experiencia del Cliente," el 74.3% de los clientes que la calificaron como "Nivel Bueno" indican en su mayoría experiencias positivas con la empresa, pero el 25.7% que la consideró "Nivel Regular" indica que algunos clientes podrían haber tenido experiencias que podrían mejorarse o áreas donde la empresa podría enfocarse para lograr una satisfacción más uniforme. En la dimensión "Niveles de Satisfacción del Cliente," el 65.7% de los clientes que la evaluaron como "Nivel Bueno" sugiere una satisfacción general, aunque el 32.9% que la calificó como "Nivel Regular" y el cliente que la consideró "Malo" (1.4%) resaltan la importancia de abordar áreas específicas de mejora para garantizar una mayor satisfacción del cliente en todos los aspectos.

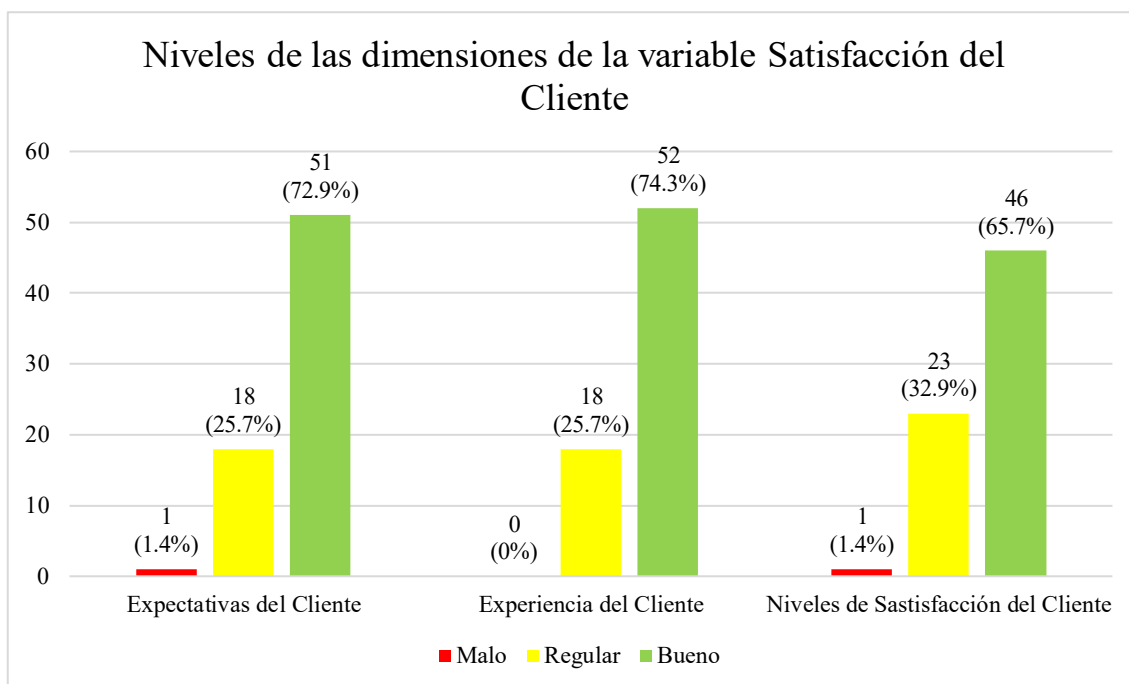
**Tabla 7**

*Niveles de las dimensiones de la variable Satisfacción del Cliente*

Niveles	Expectativas del Cliente		Experiencia del Cliente		Niveles de Satisfacción del Cliente	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	51	72.9	52	74.3	46	65.7
Regular	18	25.7	18	25.7	23	32.9
Malo	1	1.4			1	1.4
Total	70	100	70	100	70	100

**Figura 4**

*Niveles de las dimensiones de la variable Satisfacción del Cliente*



## 4.2. Resultados Inferenciales

Luego de los resultados descriptivos por variables y dimensiones, se realizará la prueba de hipótesis, en donde se aprobarán o desaprobarán las hipótesis planteadas, estos serán en base al análisis de correlación bajo el coeficiente de Rho de Spearman, así como también identificar el nivel de relación de las variables y las dimensiones.

### 4.2.1. Hipótesis General

**H0:** La gestión aduanera no influye positivamente en la satisfacción del cliente de la empresa Rax Logistic SAC, Lima – 2022.

**H1:** La gestión aduanera influye positivamente en la satisfacción del cliente de la empresa Rax Logistic SAC, Lima – 2022.

**Tabla 8***Prueba de Correlación de la Hipótesis General*

			<b>Correlaciones</b>	
			Variable Gestión Aduanera	Variable Satisfac ción del Cliente
Rho de Spearman	Variable Gestión Aduanera	Coeficiente de correlación	1,000	,589**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	70	70
	Variable Satisfacción del Cliente	Coeficiente de correlación	,589**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	70	70

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

La aceptación de la hipótesis general que establece que "La gestión aduanera influye positivamente en la satisfacción del cliente de la empresa Rax Logistic SAC en Lima durante el año 2022," con una significancia bilateral de 0.000 y un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.589, es un hallazgo estadísticamente sólido que confirma la relación positiva entre la gestión aduanera y la satisfacción del cliente en este contexto empresarial específico. Esto implica que cuando la empresa RAX LOGISTIC SAC se enfoca en mejorar sus procesos de gestión aduanera, esto tiene un impacto medible en cómo sus clientes perciben y evalúan sus servicios. Un coeficiente de correlación de 0.589 sugiere que existe una correlación positiva de magnitud moderada entre estas variables, lo que indica que las mejoras en la gestión

aduanera tienen un efecto tangible en la satisfacción del cliente. Estos resultados ofrecen una base sólida para la toma de decisiones estratégicas y resaltan la importancia de seguir fortaleciendo las prácticas de gestión aduanera para mantener y aumentar la satisfacción de los clientes en la empresa durante el año 2022.

#### 4.2.2. Hipótesis Específica 1

**H0:** Las operaciones aduaneras no influyen positivamente en la satisfacción del cliente de la empresa Rax Logistic SAC, Lima – 2022.

**H1:** Las operaciones aduaneras influyen positivamente en la satisfacción del cliente de la empresa Rax Logistic SAC, Lima – 2022.

**Tabla 9**

*Prueba de Correlación de la Hipótesis Específica 1*

			<b>Correlaciones</b>	
			Dimensión Operaciones Aduaneras	Variable Satisfacción del Cliente
Rho de Spearman	Dimensión Operaciones Aduaneras	Coeficiente de correlación	1,000	,286*
		Sig. (bilateral)	.	,017
		N	70	70
	Variable Satisfacción del Cliente	Coeficiente de correlación	,286*	1,000
		Sig. (bilateral)	,017	.
		N	70	70

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

La aceptación de la hipótesis específica 1 que establece que "Las operaciones aduaneras influyen positivamente en la satisfacción del cliente de la empresa Rax Logistic SAC en Lima durante el año 2022," con una significancia bilateral de 0.017 y un coeficiente de correlación

Rho de Spearman de 0.286, representa un hallazgo estadísticamente significativo que respalda la noción de que las operaciones aduaneras generan un impacto favorable en la satisfacción de los clientes dentro del contexto de la empresa RAX LOGISTIC SAC durante ese periodo. Aunque el coeficiente de correlación de 0.286 indica una correlación positiva de magnitud baja, este resultado sugiere que mejoras en las operaciones aduaneras tienen un impacto mensurable en la percepción y satisfacción del cliente. Estos hallazgos brindan una base sólida sobre la cual fundamentar las decisiones estratégicas y resaltan la importancia de seguir fortaleciendo las prácticas de operaciones aduaneras para mantener y mejorar la satisfacción de los clientes durante el año 2022.

#### ***4.2.3. Hipótesis Específica 2***

**H0:** La gestión logística no influye significativamente en la satisfacción del cliente de la empresa Rax Logistic SAC, Lima – 2022.

**H1:** La gestión logística influye significativamente en la satisfacción del cliente de la empresa Rax Logistic SAC, Lima – 2022.



**Tabla 10***Prueba de Correlación de la Hipótesis Específica 2*

<b>Correlaciones</b>			Dimensión	Variable
	Gestión		Gestión	Satisfacción
	Logística		Logística	del Cliente
Rho de Spearman	Dimensión Gestión	Coeficiente de	1,000	,438**
	Logística	correlación		
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	70	70
	Variable Satisfacción	Coeficiente de	,438**	1,000
	del Cliente	correlación		
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	70	70

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

La aceptación de la hipótesis específica 2 que establece que "La gestión logística influye significativamente en la satisfacción del cliente de la empresa Rax Logistic SAC en Lima durante el año 2022," con una significancia bilateral de 0.000 y un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.438, representa un hallazgo estadísticamente sólido que respalda la idea de que la gestión logística desempeña un papel sustancial en la satisfacción del cliente en el contexto específico de la empresa RAX LOGISTIC SAC durante ese periodo. El coeficiente de correlación de 0.438 indica una correlación positiva de magnitud moderada, lo que sugiere que mejoras en la gestión logística tienen un impacto medible en la percepción y satisfacción del cliente. Estos resultados brindan una base importante para la toma de

decisiones estratégicas y destacan la relevancia de continuar fortaleciendo las prácticas de gestión logística para mantener y mejorar la satisfacción de los clientes en el año 2022.

#### 4.2.4. Hipótesis Específica 3

**H0:** La calidad de servicio no influye positivamente en la satisfacción del cliente de la empresa Rax Logistic SAC, Lima – 2022.

**H1:** La calidad de servicio influye positivamente en la satisfacción del cliente de la empresa Rax Logistic SAC, Lima – 2022.

**Tabla 11**

*Prueba de Variabilidad de la Hipótesis Específica 3*

<b>Correlaciones</b>				Dimensión	Variable
				Calidad de Servicio	Satisfacción del Cliente
Rho de Spearman	Dimensión Calidad de Servicio	Coeficiente de correlación		1,000	,569**
		Sig. (bilateral)		.	,000
		N		70	70
Variable Satisfacción del Cliente	Variable Satisfacción del Cliente	Coeficiente de correlación		,569**	1,000
		Sig. (bilateral)		,000	.
		N		70	70

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

La confirmación de la hipótesis específica 3 establece que "La calidad de servicio influye positivamente en la satisfacción del cliente de la empresa Rax Logistic SAC en Lima durante el año 2022," con una significancia bilateral de 0.000 y un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.569, constituye un hallazgo estadísticamente sólido que respalda de manera concluyente la idea de que la calidad del servicio tiene un impacto significativo y positivo en la satisfacción del cliente en el contexto específico de la empresa RAX LOGISTIC SAC durante ese periodo. El valor de significancia bilateral de 0.000 indica una fuerte evidencia estadística que respalda la influencia positiva de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente. El coeficiente de correlación de 0.569 sugiere una correlación positiva de magnitud moderada, lo que implica que mejoras en la calidad del servicio se traducen en una percepción y satisfacción de la cliente más positiva. Estos resultados subrayan la importancia estratégica de mantener y elevar los estándares de calidad de servicio para mantener y mejorar la satisfacción de los clientes en el año 2022.

## V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La hipótesis general del presente estudio se aprobó ya que los resultados muestran que la gestión aduanera tiene un impacto significativo en la satisfacción de los clientes de la empresa Rax Logistic SAC en Lima durante el año 2022, puesto que obtuvo como significancia bilateral un resultado de 0.000, así como también el coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.589, lo cual revela una correlación positiva de magnitud moderada entre ambas variables, esto quiere decir que la empresa está realizando una adecuada gestión aduanera a los embarques asignados, lo cual comprende brindar un tratamiento aduanero correcto, así como transportar y almacenar la mercancía de manera óptima, resolver de manera rápida los problemas que se susciten durante el proceso, y entregar el bien en los tiempos establecidos.

Estos resultados concuerdan con los descubrimientos previos de Araujo (2019), quien analizó la relación que existe relación entre la gestión aduanera y la calidad de servicio al cliente en la empresa Casor Aduaneros SAC en el 2019, obteniendo como resultado según el grado de correlación determinada por Rho de Spearman un valor de 0.948 entre ambas variables, por lo que, se dice que presentan una correlación positiva muy fuerte, además de presentar un nivel de significancia de 0.000; por lo que el autor concluye que la gestión aduanera es fundamental para el despacho aduanero de las cargas, de esa manera tendrá más clientes satisfechos y por consiguiente más operaciones, lo que se traduce en mayores beneficios económicos para la empresa, así como también le permitirá ubicarse entre las primeras agencias del rubro, logrando llegar a más potenciales clientes.

También guarda relación con lo señalado por Sifuentes (2021) , quien argumenta que existe una relación significativa entre la gestión aduanera y la calidad de servicio en la empresa de aduana Scharff Logística Integrada S.A en el año 2021, puesto que obtuvo como resultado un coeficiente Rho Spearman de 0.603 y un P valor 0.000 menor a la significancia bilateral

( $0.000 < 0.05$ ) demostrando que se presenta una correlación positiva moderada entre las variables de investigación; por lo que al estar relacionadas, el autor señala que la empresa debe implementar estrategias de capacitación a su personal en operatividad logística, además es necesario que obtenga certificaciones como BASC y OEA para dar incremento a la seguridad al servicio ofertado, de esa manera tendrá más clientes satisfechos.

La primera hipótesis específica, la cual busca una relación entre las operaciones aduaneras y la satisfacción del cliente de la empresa Rax Logistic SAC en el año 2022, fue aprobada debido a que se tiene como resultado una significancia bilateral de 0.017, lo cual muestra una relación estadísticamente sólida, y si bien el coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.286, lo cual revela una correlación positiva de magnitud baja, esta relación corrobora que la empresa está realizando las operaciones aduaneras adecuadas para la nacionalización o envío de productos, puesto que en su mayoría los clientes se encuentran satisfechos; para esto deben contar con un personal con los conocimientos adecuados tanto para las exportaciones como para las importaciones y los diferentes regímenes que estos implican, de ese modo podrán mantener y aumentar el nivel de servicio brindado.

Los resultados de este estudio son coherentes con la investigación de Villanueva (2019), quien determinó que existe una correlación de Spearman positiva muy fuerte entre las variables operaciones aduaneras y satisfacción al cliente puesto que tuvo un resultado de 0.932, y una significancia de 0.000, siendo menor a lo solicitado como límite de 0.05, confirmándose de esa forma que las operaciones aduaneras son trascendentales en el comercio exterior, ya que teniendo un manejo adecuado de la operación, permitirá tener el producto de manera rápida y sin mayores contratiempos o sobrecostos, lo que resultará en tener un cliente satisfecho.

Por otro lado, estos datos guardan relación con el estudio de Guevara (2019), quien analizó la relación de las variables operación aduanera y satisfacción al cliente en la empresa

UCL Aduanas SAC, Callao 2019, obteniendo como resultado que el Rho es 0.798 y acorde a la tabla de interpretación Rho de Spearman se posee una correlación positiva alta, por otro lado, señala un nivel de significancia inferior a la significancia de investigación 0.05 ( $p=0.000<0.05$ ), esto implica que existe una conexión significativa entre las variables en mención. En este caso, se evidencia que se está efectuando una buena gestión de sus procesos aduaneros ya que la gran parte de sus clientes están satisfechos con el servicio prestado, sin embargo, para seguir mejorando esta experiencia, el autor recomienda utilizar un sistema integrado para controlar mejor las incidencias que se presenten y así tomar acciones de mejora, asimismo sugiere enviar diariamente reportes de las operaciones a sus clientes para mantener informado sobre el estado de sus embarques.

La segunda hipótesis específica es admitida debido a que se confirma una correlación positiva de magnitud moderada entre la gestión logística y la satisfacción del cliente en el contexto de la empresa RAX LOGISTIC SAC en Lima durante el año 2022, ya que se tuvo una significancia bilateral de 0.000, estableciendo una relación estadísticamente significativa, y el coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.438, lo que se traduce en que la empresa está brindando una gestión logística óptima y con costos óptimos tanto en el transporte ya sea marítimo, terrestre, multimodal; el almacenamiento según el tipo de carga y la entrega de la mercancía previamente coordinada con el cliente, de esa manera logra mantener una satisfacción adecuada.

De la misma forma Flores (2021) en su artículo científico analizó en qué medida la logística integral tiene relación con la satisfacción del cliente de los servicios logísticos en la ciudad de Guayaquil en el año 2021, en el que obtuvo como resultado una relación directa con un grado de correlación moderada positiva entre las variables descritas, con un coeficiente de rho de Spearman de 0.324 y un valor de significancia de 0.000 menor a 0.005, por lo que los datos obtenidos son significativos. Es decir que si una empresa brinda un adecuado proceso

logístico tendrá mayores ventajas competitivas frente al resto de compañías; para esto deben contar con una adecuada tecnología, responder de manera rápida ante las necesidades de sus clientes y además con un adecuado sistema de gestión de calidad, para así conseguir la satisfacción de sus clientes

De igual forma, estos resultados guardan relación con el estudio realizado por Sagastegui (2020) en el que determinó que existe una correlación positiva muy fuerte entre la gestión logística y la satisfacción del cliente en la compañía Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019, respaldado por una prueba de correlación Rho de Spearman, alcanzando un valor de 0.910 y un valor de significancia (bilateral) de 0.000; en este estudio se evidencia que la tercera parte de los clientes no están contentos con el servicio brindado, lo que puede representar la pérdida de estos clientes, para esto la empresa debe capacitar a su personal y así brindar una mejor atención, por otro lado debe implementar controles en sus inventarios para tener los productos solicitados en el tiempo requerido, de esa manera logrará tener contentos a sus clientes.

La tercera hipótesis de esta investigación es aprobada, ya que los resultados del estudio confirman una correlación positiva de magnitud moderada entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la empresa RAX LOGISTIC SAC en Lima durante el año 2022, basándose en una significancia bilateral de 0.000, por lo que se establece una relación estadísticamente sólida, y un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.569. Esto implica que, para mantener a un cliente satisfecho, la empresa debe mantener una adecuada calidad en el servicio brindado, esto debe ser desde el primer momento en el que el potencial cliente entra en contacto con la empresa, continuando con un constante seguimiento al proceso aduanero, pues es en esta parte donde el cliente irá afianzando la confianza otorgada para manejar su embarque y finalmente entregando el producto al cliente en los tiempos acordados.

De manera similar, el autor Rivera (2019) analizó la influencia de la calidad del servicio en la satisfacción al cliente de la compañía Greenandes Ecuador S.A en el 2019, teniendo como resultado una relación positiva moderada, con base en los resultados por medio del coeficiente de Spearman, un .0457, asimismo que p valor (sig. = .000) es menor que el nivel de significancia .05. En otras palabras, la calidad del servicio tiene un impacto en la satisfacción de los clientes que exportan productos a través de Greenandes Ecuador. Por lo tanto, la empresa debe enfocarse en mejorar la calidad de sus servicios pues evidencia debilidades en el servicio brindado y si no implementa las mejoras correspondientes conllevará a la pérdida de clientes, pues existe una gran cantidad de oferta en el mercado y una gran competencia por la captación de clientes y su fidelización.

Este resultado también es corroborado por el estudio realizado por Gonzales (2018) quién demostró que la calidad de servicio logístico brindado por el agente de carga marítimo si influye con la satisfacción y lealtad de las compañías importadoras de celulares en el puerto del Callao 2018, basado en un coeficiente de correlación Rho de Spearman con la variable satisfacción del ( $r=0,856$ ,  $p < 0.05$ ) y con variable lealtad del ( $r=0,735$ ,  $p < 0.05$ ), con esta información se puede decir que los colaboradores que tienen contacto con el cliente, como los ejecutivos de cuenta o coordinadores de operaciones, se deben encontrar aptos para ofrecer una buena asistencia a la operación, ya que de ellos dependerá que el cliente tenga una buena experiencia.



## VI. CONCLUSIONES

- Los resultados del estudio indican de manera concluyente que la gestión aduanera tiene un impacto positivo y significativo en la satisfacción de los clientes de la empresa Rax Logistic SAC en Lima durante el año 2022. La significancia bilateral de 0.000 respalda firmemente esta relación, y el coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.589 revela una correlación positiva de magnitud moderada entre la gestión aduanera y la satisfacción del cliente. En resumen, estos hallazgos enfatizan la importancia de una gestión aduanera efectiva como un componente clave para mantener y mejorar la satisfacción de los clientes en la empresa RAX LOGISTIC SAC durante el año en cuestión, con implicaciones estratégicas importantes para la toma de decisiones y la mejora de los servicios ofrecidos.
- Los resultados de este trabajo de investigación revelan que, en el contexto de la empresa RAX LOGISTIC SAC en Lima durante el año 2022, las operaciones aduaneras tienen un impacto positivo significativo en la satisfacción del cliente. La significancia bilateral de 0.017 muestra una relación estadísticamente sólida, y aunque el coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.286 revela una correlación positiva de magnitud baja, esta relación confirma que mejoras en las operaciones aduaneras se traducen en una mayor satisfacción del cliente. En consecuencia, estos hallazgos subrayan la relevancia estratégica de optimizar y perfeccionar las operaciones aduaneras para mantener y elevar la satisfacción de los clientes, con implicaciones valiosas para la toma de decisiones y el éxito general de la empresa en el entorno competitivo del año 2022.
- Los hallazgos de este estudio defienden de manera sólida la afirmación de que la gestión logística ejerce una influencia significativa en la satisfacción del cliente en el contexto de la empresa RAX LOGISTIC SAC en Lima durante el año 2022. Con una significancia bilateral de 0.000, se establece una relación estadísticamente significativa, y el coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.438 confirma una correlación positiva de magnitud

moderada entre la gestión logística y la satisfacción del cliente. En consecuencia, estos resultados subrayan la importancia estratégica de mejorar y optimizar la gestión logística para mantener y elevar la satisfacción de los clientes, lo que puede tener un impacto positivo en el rendimiento y la competitividad de la empresa en el contexto empresarial de 2022.

- Los resultados del estudio respaldan firmemente la afirmación de que la calidad de servicio ejerce una influencia positiva y significativa en la satisfacción del cliente dentro del contexto de la empresa RAX LOGISTIC SAC en Lima durante el año 2022. Con una significancia bilateral de 0.000, se establece una relación estadísticamente sólida, y el coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.569 confirma una correlación positiva de magnitud moderada entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente. Estos hallazgos resaltan la relevancia estratégica de mantener y mejorar constantemente la calidad de servicio para fortalecer la satisfacción del cliente, lo que puede tener un impacto positivo significativo en la competitividad y el éxito de la empresa en el entorno empresarial de 2022.

## VII. RECOMENDACIONES

- Dado el respaldo estadístico sólido a la hipótesis de que la gestión aduanera influye positivamente en la satisfacción del cliente en la empresa RAX LOGISTIC SAC, se recomienda enfocar los esfuerzos en mejorar y optimizar continuamente los procesos relacionados a la actividad aduanera. Esto incluye la capacitación del personal, la implementación de tecnologías eficientes, la comunicación transparente con los clientes y la recopilación regular de retroalimentación. Asimismo, debería aplicar a certificaciones como BASC y OEA para dar mayor respaldo a su servicio ofertado. Igualmente, se debería establecer indicadores para identificar problemas específicos en los embarques realizados y utilizar los resultados para la mejora continua, esto permitirá mantener altos niveles de satisfacción del cliente, lo que a su vez puede respaldar el crecimiento y el éxito a largo plazo de la empresa en el año 2022 y posteriores años.
- Debido a que se cuenta con un resultado estadístico firme a la hipótesis que sugiere una influencia positiva de las operaciones aduaneras en la satisfacción del cliente, se recomienda a la empresa RAX LOGISTIC SAC que continúe enfocándose en la mejora y optimización de sus procesos aduaneros. Esto podría incluir una mayor inversión en capacitación y formación de su personal en asuntos aduaneros, así como la adopción de tecnologías y sistemas en el cual se visualice las fechas de embarque y desembarque, documentos, incidencias, notificaciones y demás información relevante que permita agilizar y tomar acciones para una correcta operación. Asimismo, mantener una comunicación transparente con los clientes sobre el estado real de sus embarques y recopilar regularmente sus comentarios pueden ayudar a identificar áreas específicas de mejora. Por último, establecer indicadores de desempeño y realizar un seguimiento constante permitirá medir y demostrar el impacto positivo de las mejoras en la satisfacción del

cliente, contribuyendo al éxito sostenible de la empresa en el contexto empresarial de Lima durante el año 2022.

- Puesto que se tiene el soporte estadístico a la hipótesis que destaca la influencia significativa de la gestión logística en la satisfacción del cliente, se recomienda a la empresa RAX LOGISTIC SAC mantener un enfoque constante en la mejora continua de sus prácticas de gestión logística. Esto podría que la empresa amplie su red de contactos de agentes de carga internacional, almacenes aduaneros y transporte local para así brindar mayor oferta competitiva y tener una diferenciación del resto de empresas. Por otro lado, debería evaluar periódicamente a su red de proveedores para constatar que cuenten con un adecuado equipo logístico, de esa manera podrá mantener una correcta gestión de los embarques, con la finalidad de tener un impacto positivo en la satisfacción del cliente, lo que, a su vez, puede respaldar el crecimiento y el éxito continuo de la empresa en Lima durante el año 2022.
- Considerando que se tiene el respaldo estadístico sólido a la hipótesis que subraya la influencia positiva de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente, se recomienda a la empresa RAX LOGISTIC SAC que mantenga y fortalezca su compromiso con la excelencia en la atención al cliente. Esto implica mantener altos estándares de calidad en todos los aspectos de su servicio, desde la primera interacción con el cliente, el proceso de embarque, resolución de los problemas, hasta la entrega de productos en sus almacenes. Además, es crucial escuchar activamente a los clientes, se puede programar reuniones periódicas ya sea presenciales o virtuales para recopilar sus comentarios acerca de su experiencia con el servicio y utilizar esta información para realizar mejoras continuas. Establecer indicadores y realizar un seguimiento personalizado constante permitirá mantener y medir el impacto positivo de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente,

lo que puede impulsar el éxito y la reputación de la empresa en Lima durante el año 2022 y más allá.

## VIII. REFERENCIAS

- Albornoz, A. (6 de mayo del 2022). *Experiencia del cliente (CX): ¿qué es y por qué debes trabajarla?* Appvizer. <https://www.appvizer.es/revista/relacion-cliente/customer-experience-management/experiencia-del-cliente>
- Álvarez-Risco, A. (2020). *Clasificación de las investigaciones*. Universidad de Lima, Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas, Carrera de Negocios Internacionales. <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/10818>
- Álvarez Orozco, M. (2016). *Customer experience: La fórmula del éxito para enamorar clientes* Profit Editorial. [https://books.google.com.pe/books?id=dPUmDQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=experiencia+del+cliente&hl=es&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q=experiencia del cliente&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=dPUmDQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=experiencia+del+cliente&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=experiencia del cliente&f=false)
- Araujo Sanchez, C. J. (2019). *Gestión Aduanera y la Calidad de servicio al cliente en la Agencia Casor Aduaneros S.A.C., Callao, 2019* [Tesis de pregrado - Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional Universidad César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/47975>
- Arias Gonzáles, J. L., Covinos Gallardo, M. R., & Cáceres Chávez, M. (2020). Formulación de los objetivos específicos desde el alcance correlacional en trabajos de investigación. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 4(2), 237–247. [https://doi.org/10.37811/CL\\_RCM.V4I2.73](https://doi.org/10.37811/CL_RCM.V4I2.73)
- Arteaga, G. (01 de octubre del 2020). *Enfoque cuantitativo: métodos, fortalezas y debilidades*. Testsiteforme. <https://www.testsiteforme.com/enfoque-cuantitativo/>
- Bastis Consultores. (08 de noviembre del 2021). *Método Hipotético Deductivo*. <https://online->

tesis.com/metodo-hipotetico-deductivo/

Beetrack. (03 de mayo del 2021). *Principales retos de la logística en Colombia*.

<https://www.beetrack.com/es/blog/principales-retos-de-la-logística-en-colombia>

Castellanos Ramírez, A. (2009). *Manual de la gestión logística del transporte y distribución de mercancías*. Ediciones Uninorte.

[https://books.google.com.pe/books?id=JYydauBcri0C&printsec=frontcover&dq=gestion+logística+agente+de+carga&hl=es-](https://books.google.com.pe/books?id=JYydauBcri0C&printsec=frontcover&dq=gestion+logística+agente+de+carga&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=gestion+logística+agente+de+carga&f=false)

[419&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q=gestion logística agente de carga&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=JYydauBcri0C&printsec=frontcover&dq=gestion+logística+agente+de+carga&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=gestion+logística+agente+de+carga&f=false)

Coll Morales, F. (2022). *Estudio transversal - Qué es, definición y concepto*. Economipedia.

<https://economipedia.com/definiciones/estudio-transversal.html>

Coll, P. (2020). *Manual de gestión aduanera. Normativa y procedimiento clave del comercio internacional*. Marge Books.

[https://books.google.com.pe/books?id=2sXODwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gestion+aduanera+libros&hl=es-419&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q=gestion](https://books.google.com.pe/books?id=2sXODwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gestion+aduanera+libros&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=gestion+aduanera+libros&f=false)

[aduanera libros&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=2sXODwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gestion+aduanera+libros&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=gestion+aduanera+libros&f=false)

Colombia Legal Corporation. (05 de enero del 2021). *Principales problemas al importar y exportar en Colombia*. [https://www.colombialelegalcorp.com/blog/principales-](https://www.colombialelegalcorp.com/blog/principales-problemas-al-importar-y-exportar-en-colombia/)

[problemas-al-importar-y-exportar-en-colombia/](https://www.colombialelegalcorp.com/blog/principales-problemas-al-importar-y-exportar-en-colombia/)

Decreto 390 Nuevo Estatuto Aduanero. Reglamentado parcialmente por la Resolución 42 de 2016 y por la Resolución 41 de 2016. DIAN. (07 de marzo del 2016).

<https://www.mincit.gov.co/ministerio/normograma-sig/procesos-de-apoyo/gestion-juridica/decretos/decreto-390-de-2016.aspx>

Da Silva, D. (2020, September 21). *Satisfacer la expectativa de los clientes y mejorar las*

ventas. Zendesk. <https://www.zendesk.com.mx/blog/expectativa-de-los-clientes/>

Del Molino Cortés, J. P., Moreno Guillermo, M. M., Moreno Martínez, M. T., Morillas Bravo, P. P., Palacios Gómez, L. P., Rodicio González, E., & Salgado Criado, J. (2009). *Modelo Q+4D : cómo medir la satisfacción del cliente más allá de la calidad percibida*. AENOR. <https://editorial.tirant.com/es/libro/modelo-q-4d-como-medir-la-satisfaccion-del-cliente-mas-alla-de-la-calidad-percibida-9788481435719>

Ley N° 15.691 Código Aduanero Uruguayo. (26 de febrero del 2010). <https://wipolex.wipo.int/es/legislation/details/3973>

Dutka, A. (1994). *Manual de AMA para la satisfacción del cliente*. Editorial Granica. [https://books.google.com.pe/books?id=yC97p-PUhyoC&printsec=frontcover&dq=satisfacción+del+cliente&hl=es-419&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q=satisfacción del cliente&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=yC97p-PUhyoC&printsec=frontcover&dq=satisfacción+del+cliente&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=satisfacción+del+cliente&f=false)

Escudero Serrano, J. (2019). *Gestión logística y comercial*. Ediciones Paraninfo. [https://books.google.com.pe/books?id=9GGzDwAAQBAJ&printsec=copyright&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=9GGzDwAAQBAJ&printsec=copyright&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)

Flores Bastidas, L. V. (2021). *Logística integral y satisfacción del cliente de los servicios logísticos en Guayaquil* [Tesis de posgrado - Universidad Politécnica Salesiana]. Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana. <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/20194>

Gilpérez, L. M. (06 de junio del 2020). *España internacional*. El País Economía. [https://cincodias.elpais.com/cincodias/2020/07/05/datalab/1593969606\\_314623.html](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2020/07/05/datalab/1593969606_314623.html)

Gonzales Ugaz, S. L. (2018). *Relación de la calidad de servicio logístico, satisfacción y la lealtad del cliente a los agentes de carga marítimo puerto Callao 2018 – telefonía*



*celular* [Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio Universidad San Ignacio de Loyola. <https://repositorio.usil.edu.pe/items/d237a332-2bb2-48b2-9043-4dd8f8361828>

González López, I., Martínez Senra, A. I., Otero Neira, C., & González Vázquez, E. (2011). *Gestión del comercio exterior de la empresa Manual teórico y práctico*. ESIC Editorial. [https://books.google.com.pe/books?id=RH7pZhy2AjYC&printsec=frontcover&dq=Gesti3n+del+comercio+exterior+de+la+empresa:+Manual+te3rico+y+pr3ctico+\(2da.+Edici3n+ed.\).&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjJ29m6wsX6AhXIHrkGHboqCKgQ6AF6BAgDEAI#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=RH7pZhy2AjYC&printsec=frontcover&dq=Gesti3n+del+comercio+exterior+de+la+empresa:+Manual+te3rico+y+pr3ctico+(2da.+Edici3n+ed.).&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjJ29m6wsX6AhXIHrkGHboqCKgQ6AF6BAgDEAI#v=onepage&q&f=false)

Gosso, F. (2008). *Hiper satisfaccion del cliente*. Panorama Editorial. [https://books.google.com.pe/books?id=f0th8fk8lgsC&pg=PA45&dq=dimensiones+de+satisfaccion+del+cliente&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjohtvKuc\\_6AhV4ILkGHYZfCq8Q6AF6BAgDEAI#v=onepage&q=dimensiones+de+satisfaccion+del+cliente&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=f0th8fk8lgsC&pg=PA45&dq=dimensiones+de+satisfaccion+del+cliente&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjohtvKuc_6AhV4ILkGHYZfCq8Q6AF6BAgDEAI#v=onepage&q=dimensiones+de+satisfaccion+del+cliente&f=false)

Granados, Ó. (2022, February 12). *Cómo funciona la logística en el mundo: el motor clave que hace girar la economía*. El País. <https://elpais.com/economia/negocios/2022-02-13/como-funciona-la-logistica-en-el-mundo-el-motor-clave-que-hace-girar-la-economia.html>

Guevara Carbajal, K. A. (2019). *Procesos de las operaciones aduaneras y Satisfacción del cliente en la Empresa UCL Aduanas SAC, Callao 2019* [Tesis de pregrado - Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional Universidad César Vallejo. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/53690/Guevara\\_CKA\\_SSD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/53690/Guevara_CKA_SSD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014a). *Metodología de la Investigación*. McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES.  
<http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014b). *Metodología de la Investigación*. McGraw-Hill Education.  
[https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia\\_de\\_la\\_investigacion\\_-\\_roberto\\_hernandez\\_sampieri.pdf](https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf)
- Hurtado Ganoza, F. (2018). *Gestión Logística*. Fondo Editorial Universidad Inca Garcilaso de la Vega. [http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/3513/GESTION LOGISTICA.pdf?sequence=3](http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/3513/GESTION%20LOGISTICA.pdf?sequence=3)
- IBA Spain. (2021, June 30). *Auge del ecommerce: en España 25,8 millones de personas -el 76% de los internautas- ya compran online*.  
<https://www.retailactual.com/noticias/20210630/ecommerce-2021-estudio-iab-spain-elogia-adevinta-consumidor-online>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing*. Editorial PEARSON EDUCACIÓN.  
[https://claudiobasile.files.wordpress.com/2012/02/marketing\\_kotler-armstrong.pdf](https://claudiobasile.files.wordpress.com/2012/02/marketing_kotler-armstrong.pdf)
- Kotler, P., & Lane Keller, K. (2006). *Dirección de Marketing*. Pearson Educación de México.  
[https://books.google.com.pe/books?id=CoHT8SmJVDQC&pg=PA144&dq=niveles+de+satisfaccion+del+cliente&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiAp\\_LCi9X6AhVNANQKHQ5hBggQ6AF6BAgMEAI#v=onepage&q=niveles de satisfaccion del cliente&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=CoHT8SmJVDQC&pg=PA144&dq=niveles+de+satisfaccion+del+cliente&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiAp_LCi9X6AhVNANQKHQ5hBggQ6AF6BAgMEAI#v=onepage&q=niveles%20de%20satisfaccion%20del%20cliente&f=false)
- López Fernández, R. (2010). *Logística comercial*. Ediciones Paraninfo.  
<https://books.google.com.pe/books?id=8Iz1a8iFGCgC&printsec=frontcover&dq=CA>

LIDAD+DE+SERVICIO+LOGÍSTICO+LOPEZ+2010&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwi37MS329T6AhWqDbkGHVoraKsQ6AF6BAgHEAI#v=onepage&q=CALIDAD DE SERVICIO&f=false

Luna, J. (13 de julio del 2021). *Comercio exterior: retos y oportunidades*. El Comercio Perú. <https://elcomercio.pe/opinion/colaboradores/exportaciones-peruanas-libre-comercio-comercio-exterior-retos-y-oportunidades-por-jessica-luna-noticia/>

Mata Solis, L. D. (30 de julio del 2019). *Diseños de investigaciones con enfoque cuantitativo de tipo no experimental*. Investigalia. <https://investigaliacr.com/investigacion/disenos-de-investigaciones-con-enfoque-cuantitativo-de-tipo-no-experimental/>

Mejía Mejía, E. (2005). *Metodología de la Investigación Científica*. CEPRE-UNMSM. [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/53345945/Metodologia\\_de\\_la\\_Investigacion\\_Cientifica-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1633715087&Signature=DXsEaWkSWKd7DFFW6uMsbYTn67EgnUVdNUqM2TqDcpITlG60ci1p23Mizi3EvPIAQAGkgM8td6biFh8P5RnGOHu--pUj5ImCDEk8KHLBlv~xD0r9kdzD1eM6MKk3eBCR0pVy5DuM3kEnfl6H68ymFhxQlsf9RoNAG7Ti4C2-dal6Gmy1cKzgJxa-Jw11MiE8kaMpc6B5bCKzMSlt1zV5NNe-pvitUGvF9xxkJiIP-yq35g~xI6frNj13oipFmZQ6oLQp761iyUN28DR56zfeT6fUcc4d3XeOfGlCTkSC~60nIeWFOqKsNKTEdEWe3pYm5~-GsRqKnEhKJ4GStb-TA\\_\\_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/53345945/Metodologia_de_la_Investigacion_Cientifica-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1633715087&Signature=DXsEaWkSWKd7DFFW6uMsbYTn67EgnUVdNUqM2TqDcpITlG60ci1p23Mizi3EvPIAQAGkgM8td6biFh8P5RnGOHu--pUj5ImCDEk8KHLBlv~xD0r9kdzD1eM6MKk3eBCR0pVy5DuM3kEnfl6H68ymFhxQlsf9RoNAG7Ti4C2-dal6Gmy1cKzgJxa-Jw11MiE8kaMpc6B5bCKzMSlt1zV5NNe-pvitUGvF9xxkJiIP-yq35g~xI6frNj13oipFmZQ6oLQp761iyUN28DR56zfeT6fUcc4d3XeOfGlCTkSC~60nIeWFOqKsNKTEdEWe3pYm5~-GsRqKnEhKJ4GStb-TA__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

Pelayo-Maciél, J., & Ortiz-Villavelazquez, N. (2019). Satisfaction in international logistics companies in Jalisco. *Investigación Administrativa*, 48(123), 1–15. [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2448-76782019000100003#t4](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-76782019000100003#t4)

- Perú Retail. (06 de diciembre del 2022). *Empresas logísticas en el Perú encuentran dificultades en los terminales portuarios*. <https://www.peru-retail.com/empresas-logisticas-en-el-peru-encuentran-dificultades-en-los-terminales-portuarios/>
- Rivera Benavente, G. N., & Prado Caja, R. S. (2021). *Gestión logística para incrementar la satisfacción a los clientes en la empresa minera, Moquegua 2021* [Tesis de pregrado - Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional Universidad César Vallejo. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/65404/Rivera\\_BGN-Prado\\_CRS-SD.pdf?sequence=1#:~:text=CLIENTES EN LA EMPRESA MINERA%2C MOQUEGUA 2021%2C se buscará,la satisfacción de los clientes.](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/65404/Rivera_BGN-Prado_CRS-SD.pdf?sequence=1#:~:text=CLIENTES EN LA EMPRESA MINERA%2C MOQUEGUA 2021%2C se buscará,la satisfacción de los clientes.)
- Rivera Reyes, S. J. (2019). *La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador* [Tesis de posgrado - Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. Repositorio Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/12117/1/T-UCSG-POS-MAE-224.pdf>
- Rojas Cuadros, S., & Llamoga Raico, J. R. (2021). *La gestión logística y la satisfacción del cliente interno en la empresa Sociedad Agrícola Arona S.A. Cañete 2021* [Tesis de pregrado - Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional Universidad César Vallejo. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/69821/Rojas\\_CS-Llamoga\\_RJR-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/69821/Rojas_CS-Llamoga_RJR-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Sagastegui Aguilar, D. O. (2020). *La Gestión Logística y su relación con la Satisfacción del Cliente de una empresa comercializadora de autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019* [Tesis de pregrado - Universidad Privada del Norte]. Repositorio Institucional Universidad Privada del Norte. [https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/27139/Sagastegui\\_Aguilar%2C](https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/27139/Sagastegui_Aguilar%2C)

Denia Otilia.pdf?sequence=2&isAllowed=n

Sifuentes Valdivia, C. J. (2021). *Gestión Aduanera y calidad del servicio en la agencia aduanera Scharff Logística Integrada SA, Callao 2021* [Tesis de pregrado - Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional Universidad César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/74529>

Thompson, I. (26 de mayo del 2019). *La Satisfacción del Cliente*. Promonegocios. <https://www.promonegocios.net/clientes/satisfaccion-cliente.html>

Vergara Schmalbach, J. C., Quesada Ibarguen, V. M., & Maza Ávila, F. J. (2019). Calidad del servicio y determinantes de la satisfacción en usuarios de los servicios hospitalarios de Cartagena de Indias, Colombia. *Revista De Métodos Cuantitativos Para La Economía Y La Empresa*, 26(1), 203–219. <https://www.upo.es/revistas/index.php/RevMetCuant/article/view/2519/3042>

Vilches Cano, A. (2014). *UFI758 - Gestión aduanera del comercio internacional*. Editorial e-LEARNING. [https://books.google.com.pe/books?id=i8BWDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Gestión+aduanera+del+comercio+internacional&hl=es-419&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q=Gestión+aduanera+del+comercio+internacional&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=i8BWDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Gestión+aduanera+del+comercio+internacional&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=Gestión+aduanera+del+comercio+internacional&f=false)

Villanueva Baldeón, S. B. (2019). *Operaciones aduaneras y la satisfacción del cliente en la empresa TLI Aduanas S.A.C – Lima, 2019* [Tesis de pregrado- Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional Universidad César Vallejo. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/50601/Villanueva\\_BSB-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/50601/Villanueva_BSB-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Viñez Fernández, Á. (04 de diciembre del 2018). *Los diez errores más comunes a la hora de*

*exportar e importar.* El País Economía.

[https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/12/04/legal/1543911168\\_581929.html](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/12/04/legal/1543911168_581929.html)

Vizcaino, A. (25 de octubre del 2022). *Qué es la crisis de contenedores y por qué doblará el*

*precio de los productos en Perú.* Mercado Negro.

<https://www.mercadonegro.pe/medios/informes/que-es-la-crisis-de-los-contenedores-y-por-que-doblara-los-precios-de-los-productos-en-peru/>

Yagchirema Altamirano, A. K. (2015). *La Logística y la Satisfacción del cliente en la empresa*

*Repartí S.A en la ciudad de Ambato* [Tesis de pregrado - Universidad Técnica de

Ambato]. Repositorio Institucional Universidad Técnica de Ambato.

[https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/9420/1/250\\_MKT.pdf](https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/9420/1/250_MKT.pdf)

## IX. ANEXOS

## ANEXO A: Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<b>Problema General</b>	<b>Objetivo General</b>	<b>Hipótesis General</b>		Operaciones aduaneras	*Importación *Exportación *Regímenes Aduaneros *Tránsito de Mercancías	<b>a. Tipo de Investigación:</b> Básica  <b>b. Nivel de Investigación:</b> Correlacional
¿Cuál es la influencia de la gestión aduanera en la satisfacción del cliente de la empresa Rax Logistic SAC, Lima - 2022?	Determinar la influencia de la gestión aduanera en la satisfacción del cliente de la empresa Rax Logistic SAC, Lima - 2022.	La gestión aduanera influye positivamente en la satisfacción del cliente de la empresa Rax Logistic SAC, Lima – 2022	Gestión Aduanera	Gestión logística	*Transporte *Almacenamiento *Distribución	<b>c. Diseño de Investigación:</b> No experimental  <b>d. Método de Investigación:</b> Hipotético - Deductivo
<b>Problemas Específicos</b>	<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Hipótesis Específicos</b>		Calidad de Servicio	* Respeto por la normativa vigente *Fiabilidad *Resolución de problemas	<b>e. Enfoque de Investigación:</b> Cuantitativo
1. ¿Cuál es la influencia de la Operaciones aduaneras en la satisfacción del cliente de la empresa Rax Logistic SAC, Lima - 2022?	1. Determinar la influencia de las operaciones aduaneras en la satisfacción del cliente de la empresa Rax Logistic SAC, Lima – 2022.	1. Las operaciones aduaneras influyen positivamente en la satisfacción del cliente de la empresa Rax Logistic SAC, Lima – 2022.	Satisfacción del cliente	Expectativas del Cliente	*Personal de trabajo *Información de otros clientes *Publicidad *Absolución de consultas	<b>f. Corte de la Investigación:</b> Transversal  <b>g. Muestreo:</b> Probabilístico -

2. ¿Cuál es la influencia de la Gestión Logística en la satisfacción del cliente de la empresa Rax Logistic SAC, Lima - 2022?	2. Determinar la influencia de la gestión logística en la satisfacción del cliente de la empresa Rax Logistic SAC, Lima – 2022.	2. La gestión logística influye significativamente en la satisfacción del cliente de la empresa Rax Logistic SAC, Lima – 2022.	Experiencia del Cliente	*Capacidad de respuesta *Información del servicio *Personal Calificado *Servicio Post Venta	Aleatorio Simple  <b>h. Muestra:</b> 70 clientes de la empresa RAX LOGISTIC
3. ¿Cuál es la influencia de la Calidad de servicio en la satisfacción del cliente de la empresa Rax Logistic SAC, Lima - 2022?	3. Determinar la influencia de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente de la empresa Rax Logistic SAC, Lima – 2022.	3. La calidad de servicio influye positivamente en la satisfacción del cliente de la empresa Rax Logistic SAC, Lima – 2022.	Niveles de Satisfacción del Cliente	*Satisfacción *Complacencia *Fidelidad	<b>i. Estadística:</b> Los datos siguen una distribución no normal por ello se aplicará Pruebas no paramétricas Rho de Spearman y se usará el Software SPSS v26



## ANEXO B: Instrumentos

### CUESTIONARIO PARA LOS CLIENTES

#### Estimado(a) Cliente:

El presente cuestionario es parte de una tesis que tiene como finalidad la recolección de información respecto a cómo percibes el servicio brindado por la empresa RAX LOGISTIC.

La presente encuesta es anónima; así que sea libre de marcar las opciones que más se asemejen a su percepción en base a cada idea escrita en el enunciado.

Responder con sinceridad y elocuencia, marcar con un aspa (X) la alternativa elegida, teniendo en cuenta los siguientes criterios de evaluación:

Evaluación	Código
1.- Totalmente en desacuerdo	1
2.- En desacuerdo	2
3.- Indeciso	3
4.- De acuerdo	4
5.- Totalmente de acuerdo	5

N°	V1: Gestión Aduanera	1	2	3	4	5
<b>Dimensión 1: Operaciones Aduaneras</b>						
1	Considero que el personal de la empresa tiene conocimiento de las operaciones aduaneras para el proceso de importación.					
2	Considero que el personal de la empresa tiene conocimiento de las operaciones aduaneras para el proceso de exportación.					

3	El personal de la empresa presenta los documentos correctos en los plazos establecidos de cada régimen aduanero utilizado en mis operaciones.					
4	El personal de la empresa realiza un seguimiento constante al tránsito de mi mercancía hasta la llegada al país de destino.					
<b>Dimensión 2: Gestión Logística</b>						
5	El tipo de transporte utilizado para mi mercancía es el adecuado.					
6	El almacenamiento se realiza tomando en cuenta el tipo de producto y su fragilidad.					
7	La empresa brinda costos razonables y competitivos para la distribución de mi mercancía.					
<b>Dimensión 3: Calidad de Servicio</b>						
8	La empresa se encarga de tener los documentos que la norma exige para el tratamiento aduanero de mi mercancía.					
9	La empresa cumple con el servicio que ha ofrecido.					
10	Considero que el personal de la empresa resuelve de manera rápida los problemas que se presentan en mi operación.					

N°	<b>V2: Satisfacción del Cliente</b>	1	2	3	4	5
<b>Dimensión 1: Expectativas del Cliente</b>						
1	Un personal presentable y capacitado influye al momento de contratar un servicio.					
2	Tomo en cuenta los comentarios de otros clientes al momento de elegir un servicio.					

3	La publicidad de la empresa presenta información clara y precisa de los servicios que brinda.					
4	Al momento de contratar un servicio considero importante recibir respuestas claras por parte del personal de la empresa					
<b>Dimensión 2: Experiencia del Cliente</b>						
5	Considero que las respuestas brindadas por el personal son objetivas y claras.					
6	La información brindada por el personal de la empresa describe todas las condiciones que comprende el servicio.					
7	El personal de la empresa demuestra que cuenta con la experiencia necesaria para solucionar los problemas de la operación.					
8	La empresa brinda asistencia post venta a las dudas e/o inconvenientes que se susciten.					
<b>Dimensión 3: Niveles de Satisfacción del Cliente</b>						
9	Me siento satisfecho con el servicio brindado por la empresa.					
10	El servicio brindado supera mis expectativas.					
11	Volvería a adquirir los servicios que brinda la empresa					

### ANEXO C: Certificado de Validez de los Instrumentos

N°	V1: Gestión Aduanera	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencia
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 1: Operaciones Aduaneras</b>		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	Considero que el personal de la empresa tiene conocimiento de las operaciones aduaneras para el proceso de importación.	X		X		X		
2	Considero que el personal de la empresa tiene conocimiento de las operaciones aduaneras para el proceso de exportación.	X		X		X		
3	El personal de la empresa presenta los documentos correctos en los plazos establecidos de cada régimen aduanero utilizado en mis operaciones.	X		X		X		
4	El personal de la empresa realiza un seguimiento constante al tránsito de mi mercancía hasta la llegada al país de destino.	X		X		X		
<b>Dimensión 2: Gestión Logística</b>								
5	El tipo de transporte utilizado para mi mercancía es el adecuado.	X		X		X		
6	El almacenamiento se realiza tomando en cuenta el tipo de producto y su fragilidad.	X		X		X		

7	La empresa brinda costos razonables y competitivos para la distribución de mi mercancía.	X		X		X		
<b>Dimensión 3: Calidad de Servicio</b>								
8	La empresa se encarga de tener los documentos que la norma exige para el tratamiento aduanero de mi mercancía.	X		X		X		
9	La empresa cumple con el servicio que ha ofrecido.	X		X		X		
10	Considero que el personal de la empresa resuelve de manera rápida los problemas que se presentan en mi operación.	X		X		X		

- (1) Relevancia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- (2) Pertinencia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
- (3) Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_ Suficiencia \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable     Aplicable después de corregir     No aplicable

Apellidos y nombres del juez evaluador: \_\_\_\_\_ Perez Sigvas, Rosa Eva \_\_\_\_\_

Especialidad del evaluador: \_\_\_\_\_ Metodólogo \_\_\_\_\_

Firma del Evaluador: \_\_\_\_\_



Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

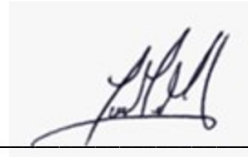
Observaciones (precisar si hay suficiencia): Suficiencia

Opinión de aplicabilidad:   Aplicable    Aplicable después de corregir    No aplicable

Apellidos y nombres del juez evaluador: Yauri Machaca, Melissa

Especialidad del evaluador: Temático

Firma del Evaluador:



Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Suficiencia

Opinión de aplicabilidad:   Aplicable    Aplicable después de corregir    No aplicable

Apellidos y nombres del juez evaluador: Meneses Claudio, Brian André

Especialidad del evaluador: Especialista

Firma del Evaluador:



N°	V2: Satisfacción del Cliente	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencia
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 1: Expectativas del Cliente</b>		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	Un personal presentable y capacitado influye al momento de contratar un servicio.	X		X		X		
2	Tomo en cuenta los comentarios de otros clientes al momento de elegir un servicio.	X		X		X		
3	La publicidad de la empresa presenta información clara y precisa de los servicios que brinda.	X		X		X		
4	Al momento de contratar un servicio considero importante recibir respuestas claras por parte del personal de la empresa	X		X		X		
<b>Dimensión 2: Experiencia del Cliente</b>								
5	Considero que las respuestas brindadas por el personal son objetivas y claras.	X		X		X		
6	La información brindada por el personal de la empresa describe todas las condiciones que comprende el servicio.	X		X		X		
7	El personal de la empresa demuestra que cuenta con la experiencia necesaria para solucionar los problemas de la operación.	X		X		X		
8	La empresa brinda asistencia post venta a las dudas e/o inconvenientes que se susciten.	X		X		X		

Dimensión 3: Niveles de Satisfacción del Cliente								
9	Me siento satisfecho con el servicio brindado por la empresa.	X		X		X		
10	El servicio brindado supera mis expectativas.	X		X		X		
11	Volvería a adquirir los servicios que brinda la empresa	X		X		X		

- (1) Relevancia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- (2) Pertinencia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
- (3) Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.


Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_ Suficiencia \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable     Aplicable después de corregir     No aplicable

Apellidos y nombres del juez evaluador: \_\_\_\_\_ Perez Siguas, Rosa Eva \_\_\_\_\_

Especialidad del evaluador: \_\_\_\_\_ Metodólogo \_\_\_\_\_

Firma del Evaluador: \_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_ Suficiencia \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable     Aplicable después de corregir     No aplicable

Apellidos y nombres del juez evaluador: \_\_\_\_\_ Yauri Machaca, Melissa \_\_\_\_\_

Especialidad del evaluador: \_\_\_\_\_ Temático \_\_\_\_\_

Firma del Evaluador: \_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_



Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Suficiencia

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable     Aplicable después de corregir     No aplicable

Apellidos y nombres del juez evaluador: Meneses Claudio, Brian Andreé

Especialidad del evaluador: Especialista

Firma del Evaluador:

  
\_\_\_\_\_