



Universidad  
**Inca Garcilaso de la Vega**

FACULTAD DE COMERCIO EXTERIOR Y RELACIONES INTERNACIONALES

La Calidad de Servicio y Satisfacción del cliente en el departamento de Importación Aérea  
de la empresa Ceva Freight Management Logistica de Chile Ltda, Lima – Perú, 2021 -  
2022.

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL**

Para optar el título profesional de Licenciado en Gestión de Negocios Internacionales

**AUTOR**

Cornejo Ecurra, Diego André

**ASESOR**

Mg. Munarriz Palomino, René Jesús

CODIGO ORCID : 0000-0002-9270-4931

**Lima, 13 de Marzo del 2023**

# TSP GXVI 2013 I

## INFORME DE ORIGINALIDAD

21%

INDICE DE SIMILITUD

22%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

11%

TRABAJOS DEL  
ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="http://repositorio.usmp.edu.pe">repositorio.usmp.edu.pe</a> Fuente de Internet	8%
2	<a href="http://www.tdx.cat">www.tdx.cat</a> Fuente de Internet	2%
3	<a href="http://1library.co">1library.co</a> Fuente de Internet	2%
4	<a href="http://repositorio.uap.edu.pe">repositorio.uap.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
5	<a href="http://co-rex.com">co-rex.com</a> Fuente de Internet	1%
6	<a href="http://biblioteca.uteg.edu.ec:8080">biblioteca.uteg.edu.ec:8080</a> Fuente de Internet	1%
7	Submitted to Universidad Inca Garcilaso de la Vega Trabajo del estudiante	1%
8	Submitted to Instituto Superior de Artes, Ciencias y Comunicación IACC Trabajo del estudiante	1%

## DEDICATORIA

*Principalmente a Dios que me da las fuerzas para continuar y avanzar en mis proyectos profesionales y personales.*

*También dedico esta investigación a mi familia y mi pareja, que siempre están apoyándome y motivándome a seguir expandiendo mis horizontes.*



## AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi Universidad y al Mg. René Munarriz que me permitieron avanzar en el paso de obtener la Licenciatura en la carrera profesional.

También a la empresa Ceva Freight Management Logistica de Chile Ltda que desarrolló mi perfil profesional y laboral.

Y agradecer a mis familiares, amigos y personas que me motivaron a seguir avanzando en mi carrera profesional.



## INDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA .....	2
AGRADECIMIENTO .....	3
INDICE DE CONTENIDO.....	4
INDICE DE TABLAS .....	7
INDICE DE FIGURAS.....	9
CAPITULO I: INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA .....	16
1.1    DATOS GENERALES.....	16
1.2    ACTIVIDAD PRINCIPAL.....	16
1.3    RESEÑA HISTÓRICA Y REALIDAD PROBLEMATICA .....	16
1.3.1    Reseña Histórica de la Empresa:.....	16
1.3.2    Realidad Problemática de la Empresa: .....	18
1.4    MISIÓN, VISIÓN Y VALORES .....	20
1.4.1    Misión:.....	20
1.4.2    Visión:.....	20
1.4.3    Valores: .....	20
1.5    FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	21
1.5.1    Problema General .....	21
1.5.2    Problema Específico: .....	21
1.5.3    Objetivo General.....	22
1.5.4    Objetivo Especifico .....	22
1.6    JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA PARA LA EMPRESA DE LA SOLUCIÓN DEL PROBLEMA.....	23
1.7    DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DONDE EL BACHILLER REALIZÓ SUS ACTIVIDADES.....	24
1.7.1    Área de 1: Operaciones Marítimas .....	24
1.7.2    Área de 2: Importaciones Aéreas. ....	24

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO .....	25
2.2    MARCO TEÓRICO GENERAL.....	25
2.2.1    Antecedentes Internacionales:.....	25
2.2.2    Antecedentes Nacionales: .....	38
2.3    MARCO TEÓRICO ESPECÍFICO:.....	40
2.3.1    1: Agencias de Carga Internacional.....	40
2.3.2    2: Mejora Continua .....	41
2.3.3    3: Elementos de la Cultura de la Mejora Continua.....	42
2.3.4    4: Cadena Logistica. ....	44
CAPITULO III: APLICACIÓN PROFESIONAL .....	45
3.1    CONTEXTO LABORAL – SITUACIONAL.....	45
3.1.1    Departamento de operaciones Marítimas.....	45
3.1.2    Departamento de Importaciones Aéreas.....	52
3.1.3    Departamento de Exportaciones Aéreas. ....	56
3.2    DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS POR EL BACHILLER.....	61
CAPITULO IV: APLICACIÓN PRÁCTICA.....	65
4.1    DESARROLLO PRÁCTICO DE LAS CONTRIBUCIONES PLANTEADAS POR EL BACHILLER EN LA EMPRESA.....	65
4.2    MARCO METODOLÓGICO .....	68
4.2.1    Enfoque de la investigación. ....	68
4.2.2    Alcance de la Investigación .....	69
4.2.3    Diseño de la Investigación. ....	69
4.2.4    Unidad de Análisis.....	70
4.2.5    Método de la Investigación. ....	70
4.3    POBLACIÓN Y MUESTRA .....	70
4.3.1    Población.....	70
4.3.2    Muestra.....	70

4.4	TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	72
4.4.1	El método de medición. ....	73
4.5	TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN.....	73
4.5.1	Codificación. ....	73
4.5.2	Tabulación de Datos. ....	73
CAPITULO V: RESULTADOS .....		74
5.1	APLICACIÓN DE LA PROPUESTA DE SOLUCIÓN .....	74
5.2	PRESENTACIÓN DE RESULTADOS .....	74
5.2.1	Calidad de Servicio.....	74
5.2.2	Satisfacción del Cliente.....	89
CONCLUSIONES.....		105
RECOMENDACIONES.....		107
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		108
ANEXOS.....		111



## INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Volumen Ceva Logistics 2019 a 2021.....	20
Tabla 2: Principales Clientes Ceva Logistics, Año 2022.....	71
Tabla 3: Los trabajadores de la Empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda brindan un servicio que genera confianza.....	74
Tabla 4: La empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. cumple con los tiempos comprometidos.....	76
Tabla 5: Los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. atienden o responden de manera rápida y oportuna.....	77
Tabla 6: Los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. responden sus dudas con un lenguaje claro y sencillo.....	79
Tabla 7: Al contratar nuestro servicio de carga internacional aérea se siente seguro con el servicio brindado.....	80
Tabla 8: Los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. son competitivos cuando brindan los servicios. ....	82
Tabla 9: Los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. muestran interés en buscar una solución rápida a los problemas que se les presentan. ....	83
Tabla 10: Los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. siempre los atienden con cortesía y educación.....	85
Tabla 11: Considera que la infraestructura y sistemas de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. están acorde a la vanguardia actual.....	86
Tabla 12: La seguridad al interior de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. es segura.....	88
Tabla 13: La empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda les brinda el servicio que usted espera.....	89
Tabla 14: Considera que los colaboradores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda conocen sus interés y necesidades.....	91
Tabla 15: Considera que la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda viene mejorando la calidad del servicio que ofrece.....	92
Tabla 16: El servicio de seguimiento virtual ofrecido por la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda, es bueno en comparación con otras agencias del rubro.....	94
Tabla 17: La calidad de servicio recibido es concordante con las tarifas aplicadas.....	95

Tabla 18: Ha observado que los problemas operativos del servicio de importación aérea son resueltos sin generar costos adicionales.....97

Tabla 19: Estoy seguro(a) que si contrato los servicios de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda no tendré demoras en los tiempos de transito ofrecidos.....98

Tabla 20: La empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda se adapta a los requerimientos y especificaciones de cada embarque de importación aérea.....100

Tabla 21: Los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda son claros con la explicación o informaciones brindadas.....101

Tabla 22: Los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda cuentan con el conocimiento y la capacidad para operar los servicios de cada embarque.....103



## INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Organigrama Ceva FM Logistica de Chile Ltda. 2022.....	18
Figura 2: Dimensiones de la Calidad de Servicio.....	32
Figura 3: Proceso para las cargas de Exportación Marítima.....	46
Figura 4: Exportación Marítima – recepción de Booking.....	47
Figura 5: Exportación Marítima – Generación de Reserva.....	47
Figura 6: Exportación Marítima – Confirmación de Booking y recojo de mercadería...	48
Figura 7: Exportación Marítima – Proceso de Aduanas.....	48
Figura 8: Exportación Marítima – Emisión del Borrador del conocimiento de embarque.....	49
Figura 9: Exportación Marítima – Confirmación de Salida.....	49
Figura 10: Exportación Marítima – Emisión de Documentos finales y facturación de gastos al Cliente.....	50
Figura 11: Proceso para las cargas de Importación Marítima.....	50
Figura 12: Importación Marítima – Revision y notificación documental de un nuevo embarque.....	51
Figura 13: Importación Marítima – Facturación de gastos, costeo y liberación de documentos.....	51
Figura 14: Importación Marítima – Entrega del conocimiento de embarque y cierre de carpeta.....	52
Figura 15: Proceso para las cargas de Importación Aérea.....	53
Figura 16: Importación Aérea – Preparación para el arribo de una carga.....	54
Figura 17: Importación Aérea – Proceso operativo al arribo de una carga.....	54
Figura 18: Importación Aérea – Proceso liberación de Aduanas.....	55
Figura 19: Importación Aérea – Facturación y entrega de carga al cliente.....	55
Figura 20: Importación Aérea – Confirmación de entrega y cierre de carpeta.....	56
Figura 21: Proceso para las cargas de Exportación Aérea.....	57
Figura 22: Exportación Aérea – Elaboración de Reserva.....	58
Figura 23: Exportación Aérea – Programación de retiro de mercadería.....	58
Figura 24: Exportación Aérea – Confirmación de Reserva.....	59
Figura 25: Exportación Aérea – Ingreso a Zona primaria y declaración de exportación.....	59
Figura 26: Exportación Aérea – Emisión de HAWB o AWB.....	60

Figura 27: Exportación Aérea – Consolidación y emisión de MAWB.....	60
Figura 28: Exportación Aérea – Confirmación de Salida del vuelo, facturación y cierre de carpeta.....	61
Figura 29: Organigrama Ceva 2021.....	62
Figura 30: Organigrama Ceva 2022.....	64
Figura 31: Equipo de Customer Services - Proceso detallado de capacitación.....	67
Figura 32: Equipo de Operaciones - Proceso detallado de capacitación.....	67
Figura 33: Indicadores de Calidad LATAM 2022.....	68
Figura 34: Alcances de la investigación Cuantitativa.....	69
Figura 35: Los trabajadores de la Empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda brindan un servicio que genera confianza.....	75
Figura 36: La empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. cumple con los tiempos comprometidos.....	76
Figura 37: Los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. atienden o responden de manera rápida y oportuna.....	78
Figura 38: Los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. responden sus dudas con un lenguaje claro y sencillo.....	81
Figura 39: Al contratar nuestro servicio de carga internacional aérea se siente seguro con el servicio brindado.....	81
Figura 40: Los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. son competitivos cuando brindan los servicios.....	82
Figura 41: Los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. muestran interés en buscar una solución rápida a los problemas que se les presentan.....	84
Figura 42: Los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. siempre los atienden con cortesía y educación.....	85
Figura 43: Considera que la infraestructura y sistemas de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. están acorde a la vanguardia actual.....	87
Figura 44: La seguridad al interior de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. es segura.....	88
Figura 45: La empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda les brinda el servicio que usted espera.....	90
Figura 46: La empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. cumple con los tiempos comprometidos.....	91

Figura 47: Considera que la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda viene mejorando la calidad del servicio que ofrece.....93

Figura 48: El servicio de seguimiento virtual ofrecido por la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda, es bueno en comparación con otras agencias del rubro.....94

Figura 49: La calidad de servicio recibido es concordante con las tarifas aplicadas.....96

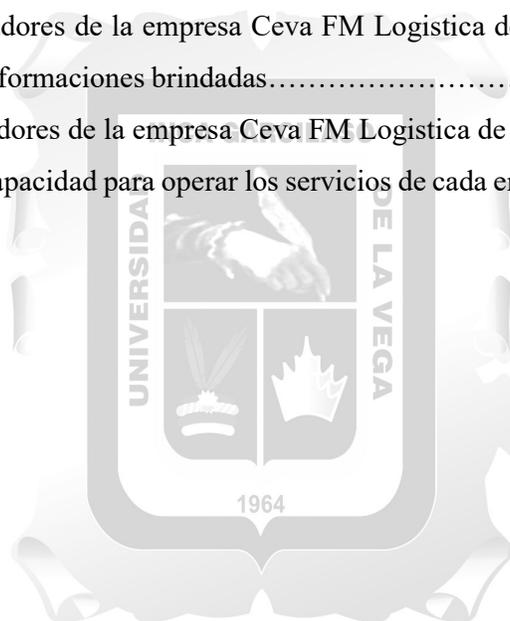
Figura 50: Ha observado problemas o inconvenientes con los servicios brindados por la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda.....97

Figura 51: Estoy seguro(a) que si contrato los servicios de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda no tendré demoras en los tiempos de transito ofrecidos.....99

Figura 52: La empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda se adapta a los requerimientos y especificaciones de cada embarque de importación aérea.....100

Figura 53: Los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda son claros con la explicación o informaciones brindadas.....102

Figura 54: Los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda cuentan con el conocimiento y la capacidad para operar los servicios de cada embarque.....103



## RESUMEN Y PALABRAS CLAVE

El objetivo general del presente trabajo de Suficiencia Profesional es determinar la relación entre las variables Calidad de Servicio y la Satisfacción del Cliente del departamento de Importaciones Aéreas de la empresa Ceva Freight Management Logística de Chile Ltda en el año 2021 – 2022, de esta manera la organización puede observar la importancia y el cambio positivo que genera tener a los colaboradores capacitados y enfocados en dar un servicio de Calidad, para cumplir con las expectativas de los clientes, aumentar el nivel de Satisfacción de los clientes y tener un buen índice de retención de negocios.

El trabajo de Suficiencia Profesional se realizará mediante el diseño No Experimental de corte transversal, ya que no manipularemos las variables, solo se busca entender la relación de una sobre la otra. La investigación es de tipo correlacional ya que el trabajo se enfoca en relacionar dos variables, con el método de investigación deductivo debido a que vamos de lo general a lo específico.

La unidad de análisis son los clientes de la empresa Ceva Freight Management Logística de Chile Ltda ubicado en las ciudades de Lima y Santiago y la muestra fue seleccionada mediante la ley de Pareto, donde seleccionamos 48 clientes importadores.

Logramos confirmar con los resultados que existe una relación directa entre las variables Calidad de Servicio y Satisfacción del cliente del departamento de Importaciones Aéreas de la empresa Ceva Freight Management Logística de Chile Ltda en el año 2021-2022.

Palabras Claves: Agentes de Carga, calidad de servicio y satisfacción del cliente.

**The Quality of Service and Customer Satisfaction in the Air Import department of  
the Company Ceva Freight Management Logistica de Chile Ltda, Lima - Peru,  
2021 – 2022**

**ABSTRACT AND KEYWORDS**

The general objective of this research is to determine the relationship between the Quality of Service and the Customer Satisfaction of Air imports department of the Company Ceva Freight Management Logistica de Chile Ltda in 2021 – 2022, of this way the Company can to observe the importance and positive change generated by having employees trained and focused on provide the quality service, to accomplish customer expectations, increase the level satisfaction and have a good customer retention percentage.

The research will be carried out through the Non-Experimental cross-sectional design, because we will not manipulated the variables, we only find to understand the relationship both variables. The research is of a correlational type since the work focuses on relating two variables, with the deductive research method because we go from the general to the specific.

The unit of analysis is the customers of the company Ceva Freight Management Logistica de Chile Ltda located in Santiago and Lima city and the sample were selected through the Pareto law, we obtained 48 importing clients.

We were able to confirm with the results that there is a direct relationship between the variables Quality of Service and Customer Satisfaction of the Air Imports department of the company Ceva Freight Management Logistica de Chile Ltda in the year 2021-2022.

Keywords: Freight Forwarder Company, service quality and customer satisfaction.

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad la Calidad de Servicio en las organizaciones del rubro logístico a nivel mundial está tomando más importancia, ya que se busca alcanzar la excelencia operativa, y el camino es tener un proceso de calidad total, enfocado a simplificar procesos, atender las solicitudes contratadas, generar mejoras continuas, con el fin de aumentar la satisfacción del cliente.

Durante la pandemia (COVID-19), las organizaciones enfrentaron un desafío de cómo mantener la calidad de los procesos sin que los equipo estén físicamente en sus puestos de trabajo, pero todas las organizaciones tuvieron que adaptarse y generar planes de acción para continuar con los procesos, inclusive si se enfrentaban a una rotación de personal, pero más aún que los colaboradores mantengan una relación cercana con los clientes, a pesar de las limitaciones que tenemos en las herramientas para realizar un trabajo virtual. Pero las organizaciones que destinaron tiempo de capacitación e inversión para que los trabajadores estén cómodos y con el conocimiento adecuado para atender a los clientes, se vieron muy beneficiados durante estos 2 años de pandemia, las personas capacitadas tenían mejores herramientas de cómo abordar o mantener a un cliente informado y saber las necesidades que requerían durante el proceso de sus importaciones, a esto sumando que el proceso logístico aéreo debe ser dinámico, rápido y oportuno.

De este modo en la presente investigación se busca demostrar como la Calidad del Servicio puede impactar en la Satisfacción del cliente y esto con llevar a que los clientes de la empresa Ceva Freight Management Logistica de Chile Ltda., prefieran terminar una relación comercial y contratar servicios con otras empresas del rubro logístico que presten el servicio de Importación Aérea.

El presente estudio se divide en cuatro capítulos, los mismos que se dividen de la siguiente manera:

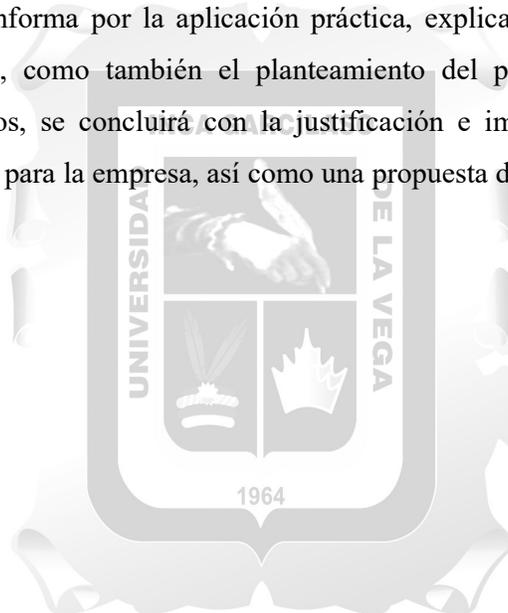
El Capítulo I está conformado por los datos generales de la empresa, la actividad principal, la reseña histórica de cómo la empresa fue evolucionando y adaptándose durante los últimos 76 años, presentaremos la realidad problemática, tanto a nivel

internacional, nacional y local, en la cual podremos encontrar las variables de estudio para la presente investigación.

El Capítulo II se conforma por el Marco teórico de las variables de estudio, aplicando bases teóricas científicas y definición de la terminología, con antecedentes a nivel internacional y antecedentes a nivel nacional.

El Capítulo III contiene la aplicación profesional de la investigación, el contexto laboral y situacional, así como la descripción de las actividades realizadas en la materia de estudio.

El Capítulo IV se conforma por la aplicación práctica, explicaremos la síntesis de la realidad problemática, como también el planteamiento del problema, los objetivos generales y específicos, se concluirá con la justificación e importancia que tiene la solución del problema para la empresa, así como una propuesta de solución al problema.



## **CAPITULO I: INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA**

### **1.1 DATOS GENERALES**

1.1.1. Razón social : Ceva Freight Management Logistica de Chile LTDA

1.1.2. RUT : 78.947.550-4

1.1.3. Dirección : Camino Lo Boza Lote 11-A, Pudahuel, Santiago - Chile

1.1.4. Contacto : Sr. Sebastian Rauch

### **1.2 ACTIVIDAD PRINCIPAL**

La actividad principal de la empresa Ceva Freight Management Logistica de Chile LTDA es: “Transporte de Carga internacional vinculado al transporte por medio marítimo, terrestre y fluvial”

### **1.3 RESEÑA HISTÓRICA Y REALIDAD PROBLEMATICA**

1.3.1 Reseña Histórica de la Empresa: 1964

CEVA Logistics empresa multinacional posicionada en 160 países con oficinas propias, es una empresa joven en el rubro logístico a nivel internacional, pero sus orígenes se remontan a 1946, detallaremos un breve resumen sobre los cambios y crecimiento que ha enfrentado la empresa y que seguirá enfrentando para adaptarse a los cambios internacionales que así se demanden.

1946: En Australia, Ken Thomas fundó Thomas Nationwide Transport (TNT) con un solo camión. Durante los siguientes 50 años, TNT se ganó una reputación mundial, particularmente en el sector de contract logistics.

1984: EGL fue fundada en Houston, Texas. En 15 años se convirtió en una fuerza mundial en la gestión de carga, con presencia en más de 100 países.

1996: TNT fue adquirida por la empresa holandesa KPN y se dividió en tres divisiones: Logística, Express y Correo.

2006: TNT Logistics fue vendida a Apollo Management LP en Nueva York y renombrada como CEVA Logistics. EGL también fue comprada seis meses después, fusionándose con CEVA Logistics.

2014: Desde 2014, CEVA Logistics ha experimentado diversas transformaciones comerciales, hasta su salida a bolsa en 2018.

2018: CEVA Logistics cotiza en la Bolsa Suiza SIX.

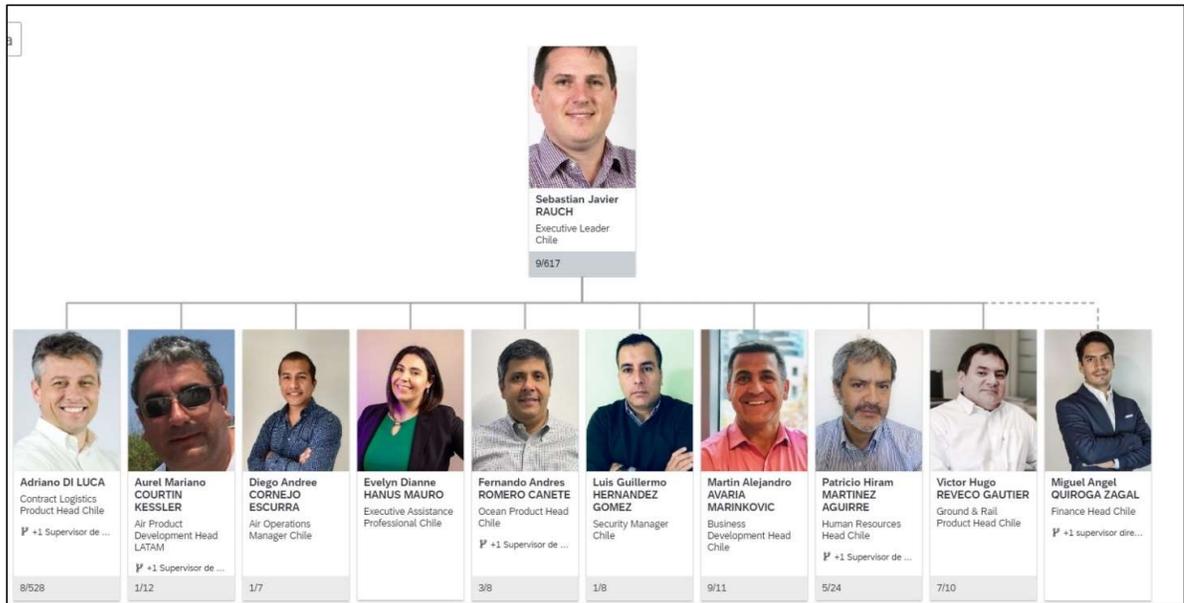
2019: Ceva es adquirido por parte de CMA CGM, un grupo de transporte marítimo global, para formar una alianza estratégica que proporcione soluciones integrales a sus socios.

2020: CEVA Logistics adquiere AMI Worldwide, un proveedor líder de soluciones logísticas en África que ofrece conexiones con India, Medio Oriente y China principalmente.

2022: CEVA Logistics ha completado la adquisición del negocio de Commerce & Lifecycle Services (CLS) de Ingram Micro & Colis Privé; también se concreta la adquisición de GEFCO, Freight Forwarder enfocado al nicho de logística de vehículos terminados y partes a nivel Global, y así continuar su expansión en la cadena Logística.

En la actualidad: CEVA Logistics es una filial completamente integrada en CMA CGM que está presente en 160 países, con más de 1.000 centros.

Figura 1: Organigrama Ceva FM Logistica de Chile Ltda. 2022



Fuente: Organigrama Ceva FM Logistica de Chile Ltda 2022

### 1.3.2 Realidad Problemática de la Empresa:

En el departamento de Importación Aérea de la empresa CEVA FREIGHT MANAGEMENT LOGISTICA DE CHILE LTDA, durante los últimos 2 años se ha visto enfrentado a una disminución en el volumen de carga que maneja a nivel de toneladas anuales, con pérdidas de volumen o rutas de los clientes, que comienzan a tomar la decisión de cambiar el manejo de sus operaciones con otros competidores.

En la actualidad las empresas enfocadas al rubro del servicio logístico, cada vez se enfocan más en el mejoramiento continuo de sus procesos para hacerlos más simple, el avance de la tecnología y la velocidad de los procesos tanto aduaneros como logísticos, motiva día a día a las empresas y a los profesionales enfocados en la gestión y liderazgo de equipos, en fomentar un trabajo más técnico y automatizado, buscando apoyo de las herramientas tecnológicas para alcanzar la satisfacción del cliente, acorde a las expectativas y/o servicio que contratan. La satisfacción del cliente cada vez se convierte en una marca clave para la publicidad o sello de una compañía y para esto es muy importante conocer las exigencias de los clientes, tener las herramientas y el conocimiento

para realizar un proceso de calidad a todos los clientes, independiente del tipo de servicio, carga o ruta contratada.

Si bien es cierto que las empresas del rubro logístico deben invertir en automatizar procesos para ir a la velocidad de un mundo globalizado, también se debe invertir en la capacitación del capital humano, que deber ser considerado como uno de los principales focos de las empresas para mejorar la calidad del servicio, ya que es un punto importante para mantener los estándares de satisfacción que genera sobre los clientes al momento de contratar un servicio. El Capital humano, funcionario o colaborador que está en interacción constante con los clientes debe ser considerado como un elemento indispensable en el funcionamiento cotidiano de cualquier operador logístico y en todos los niveles de la cadena logística.

Durante el ejercicio del proceso de servicio de importación aérea en Ceva Freight Management Logística de Chile Ltda., se puede apreciar la política de prestar un servicio de calidad, evitando errores, con la finalidad de concluir el proceso evitando demoras y costos adicionales, donde se observa que los errores producidos en el proceso se deben a la falta de capacitación técnica del personal que coordina los procesos de la cadena logística, perjudicando así la satisfacción del cliente, que en la actualidad es considerada como una función importante del profesional encargado del proceso de importaciones aéreas, debido a que debe ejecutar sus funciones en los tiempos establecidos, respetando las leyes aduaneras, las obligaciones de la compañía y la seguridad de la mercancía, además de enviar una información completa, veraz, oportuna y entendida por el cliente o su representante; demostrar interés en la responsabilidad del proceso, las necesidades y demandas que se generen y las mismas que deben realizarse con amabilidad, trato cordial, cálido y empático al realizar la atención y consultas del cliente, lo que permite brindar una atención profesional, cordial y técnica con vocación, promoviendo así la “calidad del servicio”. El estándar establecido por la compañía debe cumplirse a cabalidad, respetando los procesos y los hitos para la medición de indicadores de gestión, que son ofertados a los clientes al momento de ofrecer los servicios.

Es muy importante mantener al personal capacitado en todos los temas referentes a nuestro proceso logístico y sistemas de gestión dentro de las responsabilidades que corresponden a un Agentes de Carga internacional, ya que los clientes al ver que el

servicio no se cumple a cabalidad o sin la calidad y excelencia que se ofreció, el servicio no llenará las expectativas que el cliente espera y eso conllevará a la pérdida de los servicios contratados.

Tabla 1: Volumen Ceva Logistics 2019 a 2021

Año	GR - OFS '000	Toneladas	% GR YoY	% Volumen YoY
2019	5.574	3.204	0%	0%
2020	5.115	3.130	-8%	-2%
2021	4.924	2.883	-4%	-8%

Fuente: Qlickview, Ceva Logistics 2021

## 1.4 MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

### 1.4.1 Misión:

La empresa tiene una misión clara y está en línea con lo que busca en la cadena logística a nivel global, su misión se resume en “Desbloquear el valor en cada etapa de la cadena de suministro”.

### 1.4.2 Visión:

La visión es el norte de toda organización y lo que buscamos como misión es “Ser un referente mundial indiscutible en el sector de la logística”, para lo cual estamos trabajando con cada oficina a nivel global para que la brecha de esta visión sea cada vez más concreta.

### 1.4.3 Valores:

Tenemos cuatro valores fundamentales que compartimos por nuestros asociados.

- a. Excelencia: “Como uno de los líderes de nuestra industria, tenemos el deber de buscar continuamente la excelencia en cada nivel de nuestra organización.

Desde la excelencia operativa hasta la excelencia en nuestro rendimiento medioambiental, además de en nuestras interacciones con clientes, proveedores y empleados”.

- b. Ejemplaridad: “Nuestra presencia global y el importante papel que desempeñamos para impulsar la economía mundial, hacen que debemos dar ejemplo. Eso significa aplicar los estándares más elevados a nuestras tareas diarias y a las decisiones estratégicas que tomamos”.
- c. Imaginación: “Somos ágiles y creativos, siempre nos adaptamos a las solicitudes de nuestros clientes. Escuchamos y nos anticipamos a sus necesidades implementando asociaciones pioneras, soluciones a medida y servicios de valor añadido”.
- d. Audacia: “Nos sentimos seguros, valientes y decididos a superar todas las expectativas. Nos embarcamos en nuevas aventuras y trascendemos las fronteras. Nuestra audacia siempre nos empuja a alturas más altas”.

## **1.5 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.5.1 Problema General**

¿Existe relación entre la Calidad de Servicio y la Satisfacción del cliente en el departamento de Importación Aérea de la empresa Ceva Freight Management Logística de Chile Ltda, Lima – Perú, 2021 - 2022?

### **1.5.2 Problema Específico:**

¿Existe relación entre la Cumplimiento de los compromisos y la Satisfacción del cliente en el departamento de Importación Aérea de la empresa Ceva Freight Management Logística de Chile Ltda, Lima – Perú, 2021 - 2022?

¿Existe relación entre la Comunicación efectiva y la Satisfacción del cliente en el departamento de Importación Aérea de la empresa Ceva Freight Management Logistica de Chile Ltda, Lima – Perú, 2021 - 2022?

¿Existe relación entre la Competencias del personal y la Satisfacción del cliente en el departamento de Importación Aérea de la empresa Ceva Freight Management Logistica de Chile Ltda, Lima – Perú, 2021 - 2022?

¿Existe relación entre la Capacidad para resolver problemas y la Satisfacción del cliente en el departamento de Importación Aérea de la empresa Ceva Freight Management Logistica de Chile Ltda, Lima – Perú, 2021 - 2022?

#### 1.5.3 Objetivo General

Determinar la relación entre la Calidad de Servicio y la Satisfacción del cliente en el departamento de Importación Aérea de la empresa Ceva Freight Management Logistica de Chile. Lima – Perú, 2021 - 2022

#### 1.5.4 Objetivo Especifico

Determinar la relación entre el Cumplimiento de los compromisos y la Satisfacción del cliente en el departamento de Importación Aérea de la empresa Ceva Freight Management Logistica de Chile Ltda. Lima – Perú, 2021 – 2022.

Determinar la relación entre la Comunicación efectiva y la Satisfacción del cliente en el departamento de Importación Aérea de la empresa Ceva Freight Management Logistica de Chile Ltda. Lima – Perú, 2021 – 2022.

Determinar la relación entre las Competencias del personal y la Satisfacción del cliente en el departamento de Importación Aérea de la empresa Ceva Freight Management Logistica de Chile Ltda. Lima – Perú, 2021 – 2022.

Determinar la relación entre la Capacidad para resolver problemas y la Satisfacción del cliente en el departamento de Importación Aérea de la empresa Ceva Freight Management Logística de Chile Ltda. Lima – Perú, 2021 – 2022.

## **1.6 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA PARA LA EMPRESA DE LA SOLUCIÓN DEL PROBLEMA**

En la actualidad, hay una gran competencia entre los Agentes de carga Internacional, por alcanzar el mayor volumen de carga movilizado durante un periodo de tiempo, pero la capacidad de clientes y las tarifas con las aerolíneas o navieras son las mismas para todos, las navieras y aerolíneas establecen los precios en el mercado y los Agentes de carga deben mover sus rentabilidades en esos rangos.

Es por eso que el estudio se centra en enfocar el crecimiento de Ceva Freight Management Logística de Chile LTDA en la mantención de clientes actuales y obtención de nuevos clientes, enfocándose en un servicio de excelencia, ya que hoy en día es un diferenciador muy importante para hacer frente a la competencia.

El Servicio de Importación aérea en el rubro Logístico, se caracteriza por ser dinámico y ágil, por ende, es de suma importancia que los equipos enfocados en este servicio estén constantemente capacitados para dar un servicio de calidad, ya que un error conllevaría a retrasos o costos que deberá asumir el cliente o pago de multas por retrasos establecidos en los contratos con sus clientes finales. Los clientes cada vez elevan sus expectativas, entonces tenemos que estar a la vanguardia con las exigencias de los clientes para dar un servicio que esté acorde a lo que esperan, pero solo se logrará enfocándose en la capacitación de los colaboradores para que atiendan a los clientes con un servicio focalizado y este será nuestro diferenciador para fidelizar a los clientes, clientes que sepan que al momento en que nos otorgan una carga o una nueva ruta de servicios, sentirán la confianza que recibirán un servicio de excelencia y de alto nivel, comparado con lo que pueden recibir por competidores del mercado.

## **1.7 DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DONDE EL BACHILLER REALIZÓ SUS ACTIVIDADES**

### **1.7.1 Área de 1: Operaciones Marítimas**

El departamento de Operaciones Marítimas en Ceva Logistics, está enfocado en el manejo de Embarques de importación y exportación por vía marítima, el departamento consta de una estructura 6 personas, divididos en dos equipos, equipo de operaciones y equipo de customer Services.

El departamento maneja un total de 2500 TEUS y 1500 embarques por año, enfocado en nichos de mercado del sector Industrial, sector Automotriz, sector cuidado de la Salud y sector Retail y consumo.

### **1.7.2 Área de 2: Importaciones Aéreas.**

El Departamento de Importaciones Aéreas en Ceva Logistics, conformado por un equipo de 7 personas y dividido en equipos de Operaciones y Customer Services, el equipo maneja un total de 7200 embarques por año, atendiendo clientes de sectores: Tecnología, Consumo & Retail, Cuidado para Salud, Industrial y Automotriz.

Las personas en el equipo se caracterizan por el sentido de urgencia para darle celeridad al proceso logístico y que los clientes reciban sus cargas en los tiempos comprometidos.

En la actualidad es el departamento con mayor rentabilidad en la compañía y el que debe de tener a personas capaces, con habilidades y conocimientos que generen soluciones rápidas antes los problemas o por menores que sucedan en los procesos logísticos de los embarques.

## CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

### 2.2 MARCO TEÓRICO GENERAL

#### 2.2.1 Antecedentes Internacionales:

Orellana Bravo & Silva Alvarado (2017), en su tesis “Diseño de un plan de capacitación sobre la calidad total y el desempeño de los agentes de aduana en Guayaquil” indica que debido a los tramites y procesos que se generan al prestar un servicio, un personal no capacitado pasa por alto reglas o procesos establecidos según el contrato realizado con los clientes y esto genera faltas que pueden perjudicar a la empresa, por lo cual propone un plan de capacitación total para ayudar con la mejora en la calidad, así generar un mejor desenvolvimiento del personal sobre las áreas donde se desempeñan, como también una mejor confianza al realizar procesos y esto generaría buenos resultados para la Agencia. Propone el seguimiento a un plan de capacitación sobre el proceso que realizan los funcionarios de la Agencia de Aduanas para obtener una calidad total al desempeño.

Mendoza López Sandoval Poveda & Sequeira Ortega (2019), en su tesis “Satisfacción de los clientes y usuarios del puerto de Corinto en función de la calidad del servicio a través del modelo SERVQUAL, durante el período septiembre 2016 a junio 2017”, sostiene que la competencia en la industria portuaria es cada vez más competitiva, es necesario la inversión para la creación de nuevos puertos, la modernización y la experiencia al servicio de los consumidores, que cada vez toman más relevancia su opinión para conocer su nivel de satisfacción de lo que esperan y lo que ellos contratan. Los autores usan el método SERVQUAL para valorar la calidad de servicio planteando 5 dimensiones: “elementos tangibles, capacidad de respuesta, fiabilidad, empatía y seguridad”, con estos niveles logra determinar la calidad de los servicios y su impacto en el nivel de satisfacción de los clientes. Por lo tanto, demuestran que la empresa logística debe cumplir con las expectativas de los clientes según el servicio que se contratan, de lo contrario los clientes deducen que los servicios que reciben no son de calidad y los lleva a una insatisfacción en el servicio.

## 2.2.2 Bases Teóricas a Nivel Internacional

### 2.2.2.1 Calidad de Servicio

En los tiempos actuales la calidad del servicio ha tomado más fuerza dentro los puntos importantes que debe tener una compañía para tener un crecimiento sostenido.

Uribe (2011), nos menciona que “la calidad del servicio tiene como objetivo lograr la satisfacción del cliente desde la investigación de mercados, a lo largo de la planeación, el diseño, la producción, las ventas y hacer que esta satisfacción perdure por mucho tiempo”, de la misma manera, Uribe (2011), nos menciona “que para lograr la calidad del servicio es necesario asegurar la calidad en tres direcciones: El hardware (elemento tangible), software y la calidad humana (elementos intangibles)”.

La calidad y servicio son dos conceptos muy ligados cuando hablamos de los clientes dentro de las organizaciones, también se considera a los productos para ver que los clientes están satisfechos con el servicio contratado.

Se define que la calidad del servicio, tiene una naturaleza intangible y es evaluado por el cliente, acorde a lo que percibe y como lo percibe, debido a que las combinaciones de ambas situaciones forman una imagen que hará que el cliente genere opiniones y juicios posteriores.

Cristhian Gronroos (1984) es el pionero en el entendimiento de la gestión de servicio y del pensamiento del marketing, propone el modelo de la percepción de la calidad de servicio, parte de la base sobre la diferencia entre la percepción y expectativa para lograr medir la calidad que integra la calidad de servicio, en función de sus tres componentes o dimensiones: Calidad técnica, la Calidad percibida y la imagen.

Los aspectos que indica Gronroos están estrechamente relacionados ya que un alto grado de calidad técnica debe producir un alto nivel de calidad percibida. En consecuencia, solo podrán obtenerse servicios de calidad cuando se defina un conjunto de características que garantice la totalidad de los aspectos que el cliente necesita, obviamente el cliente es una parte importante y debe ser una parte interesada del proceso.

Calidad técnica, referida al “que” o al servicio que reciben los clientes como consecuencia de una compra, y que puede ser medida y comparada con otros productos, esto permite establecer un juicio objetivo y se centra en lo que el cliente recibe.

La calidad funcional, representa el “cómo” el cliente recibe y experimenta el servicio, se relaciona en cómo se ha prestado el servicio y toma de referencia las interacciones entre comprador y el vendedor.

Se podría decir que la calidad esperada se encuentra fijada por una serie de elementos, como la comunicación del marketing, la comunicación boca-oído, la imagen corporativa de la organización, sin dejar fuera los requerimientos de los usuarios.

Para Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985; 1994), una definición clara de la Calidad de Servicio es el juicio global del consumidor sobre la excelencia o superioridad del producto, es decir considera que un cliente percibe un servicio como de alta calidad cuando su experiencia sobre el servicio iguala o supera sus expectativas iniciales.

Parasuraman, Zeithaml y Berry (Duque, 2005) nos proponen el modelo de la calidad de servicio por medio de las mediciones de la escala SERVQUAL y de sus dimensiones, es una teoría que nos indica que mide la calidad de servicio por medio de la diferencia entre las percepciones y las expectativas. Donde si el valor de las percepciones es igual o mayor a las del servicio, es tomado como buena calidad, mientras que si el valor de las percepciones es menor al de las expectativas del cliente se concluye que el servicio presenta carencias de calidad. Tenemos que resaltar que la calidad percibida es una variable multidimensional. A su vez presentaron 05 dimensiones subyacentes de la “calidad de servicio”: fiabilidad, sensibilidad, seguridad, empatía, elementos tangibles.

Por ende, para conocer la calidad de servicio será necesario entender la diferencia que existe entre las puntuaciones que los usuarios asignen a las partes expectativas y percepciones.

### 2.2.2.1.1 Definición de Calidad.

La calidad es un concepto que se viene utilizando con más frecuencia, pero su significado es percibido de distintas maneras, a lo largo de la historia muchos autores e instituciones han dado su propia definición del término calidad:

Ishikawa (1986) define a la calidad como “desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener un producto de calidad” y que el producto sea el más económico<sup>2</sup>, útil y satisfactorio para el consumidor, estas características son incorporadas en la fase de diseño del producto, se convierten en argumentos de ventas, logran aumentar la satisfacción de los clientes y ayudan a explicar las razones por las cuales los clientes compran el producto.

Jurán (1989) expone a la calidad como “es la adecuación para el uso, satisfaciendo las necesidades del cliente”, también se indica que la calidad de aceptación se logra en la fase de fabricación, y consiste en eliminar las deficiencias y los fallos del producto, lo que elimina los reprocesos y los desechos, a la par que contribuye a reducir las reclamaciones y minimizar la insatisfacción de los clientes.

La norma ISO 9001 define a la calidad como el grado de un conjunto de características que cumplen con los requisitos de un cliente.

El control de calidad no significa alcanzar la perfección, más bien significa conseguir una eficiente producción con la calidad que espera obtener el mercado.

El termino calidad según Velásquez (2017) debería ser comprendido por los gerentes, administradores y funcionarios de las organizaciones actuales como el logro de la satisfacción de los clientes a través del establecimiento adecuado de todos los requisitos y el cumplimiento de los mismos con procesos eficientes, que permita así a la organización ser competitiva en la industria y beneficie al cliente con precios razonables.

John Barker, afirma que la calidad es la llave para entrar y competir en los mercados actuales, pero además para asegurar el éxito en los negocios. De acuerdo con la afirmación de Barker la única opción que tienen las empresas para satisfacer al cliente o

consumidor es incorporar la calidad como una estrategia en la dirección del negocio, sin dejar de otros aspectos que los mercados van definiendo, debido al dinamismo del rubro.

Benavides y Quintana (2017), que siguiendo a Moreno-Luzón et al (2001), y basándose en Garvin (1988), presentan cinco enfoques de calidad y dan planteamientos distintos al enfoque de la gestión por parte de la empresa:

- a) Calidad basada en la fabricación: se trata de un concepto que tiene como fundamento la calidad con la conformidad de las especificaciones recogidas en el diseño del producto, teniendo claro los procesos, junto a las estrategias de fabricación, se puede garantizar la calidad.
- b) Calidad basada en el usuario o cliente: las bases de la calidad se encuentran en la apreciación que haga el consumidor. Cada consumidor tiene unas necesidades y expectativas que satisfacer, y la calidad será juzgada sobre la capacidad que tengan los servicios sobre los gustos y preferencias del cliente, por lo que resulta especialmente importante entender cuáles son las necesidades del cliente. Supone considerar a la calidad desde una perspectiva más de la empresa, orientada al mercado.
- c) Calidad basada en el producto o servicio: en la medida que el producto mejore sus atributos, mejorará la calidad, los atributos darán lugar a nuevas especificaciones.
- d) Desde el punto de vista de las estrategias de marketing resultan fundamentales. Es una idea próxima a la de la fabricación.
- e) Calidad basada en el valor: este planteamiento se establece una fórmula precio-calidad, se considera que la calidad de un bien o servicio y está determinada por su precio. Para un precio dado se tendrá un nivel de calidad, por consiguiente, la calidad es función del costo como base para determinar el precio de un producto. Esta formulación, exige a las empresas la consideración de la calidad bajo una perspectiva centrada en el mercado.

- f) Calidad basada en una concepción trascendente: una idea trascendente de calidad supone que su identificación es difícil, al considerarse la calidad como un concepto abstracto que es complicado a la hora de plasmar en la realidad.

Identifica cuatro etapas que permiten alcanzar un modo de gestión de la calidad altamente avanzado, y que son:

- a) Etapa de calidad de conformidad: se debe realizar los productos o servicios de acuerdo al requerimiento del cliente, haciendo el trabajo correctamente desde la primera vez.
- b) Etapa de satisfacción del cliente: es un acercamiento al cliente por medio del conocimiento de sus expectativas y necesidades.
- c) Etapa de calidad percibida por el mercado, en comparación con la competencia: el objetivo es buscar la explicación de por qué se ganan o pierden clientes. Las compañías en esta fase son conscientes de la necesidad de cambiar a un enfoque nuevo, para medir su desempeño en el mercado. Deberán buscar datos del mercado y opiniones de los clientes.
- d) Etapa de la administración de valor para el cliente: se busca la integración de la gestión de la calidad que se desarrolló durante las primeras fases con los sistemas de administración clásicos de la empresa. En esta etapa la dirección ha entendido plenamente la importancia de la calidad y conoce la forma en que los cambios en la calidad percibida pueden impulsar otros aspectos competitivos hacia el mercado.

#### 2.2.2.1.2 Dimensiones de la Calidad de Servicio

Para Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1985) era importante partir por el paradigma que fue citado por (Matsumoto, 2014), con estudios cualitativos nos presentan un modelo conceptual de la calidad de servicio, basando su fundamento en la teoría de la brechas o Gaps, en su estudio determinaron 10 dimensiones que están interrelacionadas y su

importancia varía de acuerdo con el tipo de servicio y tipo de cliente, las dimensiones que nos mencionan son: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, profesionalidad, cortesía, credibilidad, seguridad, accesibilidad, comunicación y comprensión del cliente.

Cabe notar que Parasuraman, Zeithaml, & Berry realizaron estudios estadísticos de análisis factorial y simplificaron el modelo de 10 dimensiones a cinco dimensiones, dando origen a la escala SERVQUAL y su instrumento para la evaluación de la calidad del servicio, los cinco elementos no son directamente observables y para evaluarlos debemos medir en cada uno de ellos en una serie de ítems. Cada ítem debe responder mostrando el grado de acuerdo o desacuerdo en la escala de Likert, escala de 7 puntos que varía con valores de 1 a 7, siendo 1 un desacuerdo a 7 un fuerte acuerdo, las 5 dimensiones son las siguientes:

a) Fiabilidad.

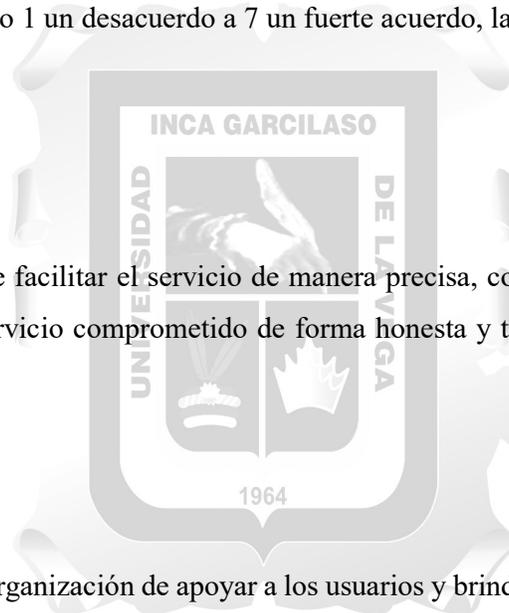
Es la capacidad de facilitar el servicio de manera precisa, confiable y cuidadosa, es decir prestar el servicio comprometido de forma honesta y tomando el cuidado que corresponde.

b) Sensibilidad.

Es el deseo de la organización de apoyar a los usuarios y brindarles un servicio rápido y completo. Se hace refieren a la actitud y voluntad de los empleados. Es decir, los empleados deben estar siempre atentos y dispuestos a prestar el servicio cuando el cliente lo necesite.

c) Seguridad.

Es el conocimiento, el interés y la habilidad de los empleados de demostrar su capacidad frente a la prestación de los servicios, lo que logra generar credibilidad y confianza al cliente.



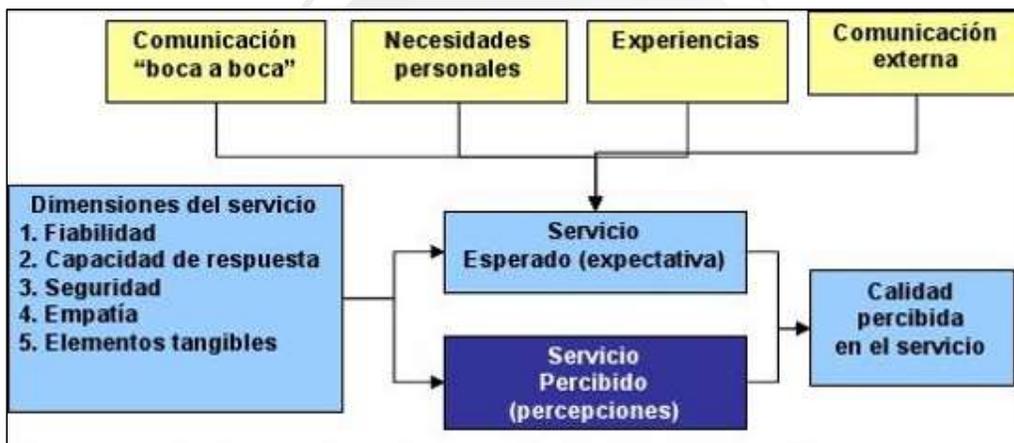
d) Empatía.

Hace mención a la atención específica e individualizada que la organización presta a cada uno de sus clientes, para esto las empresas comprenden las necesidades de sus clientes y pueden brindar una atención específica.

e) Elementos Tangibles.

Nos menciona sobre aspecto de las instalaciones físicas, podemos nombrar equipos, materiales, infraestructura y personal capacitado.

Figura 2: Dimensiones de la Calidad de Servicio



Fuente: Escala SERVQUAL

### 2.2.2.1.3 Características de la Calidad

Aniorte (2018), nos menciona que las características hay características que se deben de seguir y cumplor para brindar un correcto servicio de calidad:

- a) Debe cumplir sus objetivos
- b) Debe servir para lo que se diseño
- c) Debe ser adecuado para el uso
- d) Debe solucionar las necesidades
- e) Debe proporcionar resultados

Existen otras características mucho más específicas citadas por Paz en Verdú (2013) y estas dependerán netamente de las personas que laboran en la organización, ya que dependerá de habilidades necesarias y sobre todo para los colaboradores que están con contacto directo con los usuarios, mencionamos las siguientes:

- a) Formalidad: es la honestidad para actuar y la capacidad para comprometerse con los objetivos o asuntos que se requieran.
- b) Iniciativa: Ser audaz y dinámico para adaptarse y actuar en las diferentes situaciones que se presenten y así dar una respuesta o solución rápida a los problemas.
- c) Ambición: tener deseos de mejorar y avanzar; es decir, tener el deseo de superación.
- d) Autodominio: Se refiere a tener el control de las emociones.
- e) Disposición de servicio: es una disposición de servir, ayudar, atender al cliente de forma correcta y dentro de los parámetros que el cliente y la compañía espera.
- f) Don de gentes: es la capacidad para establecer relaciones de calidad con las demás personas, sin la necesidad de forzarlo.
- g) Colaboración: aquella persona que le gusta de trabajar en equipo, es de su agrado trabajar en colaboración con las personas para alcanzar un objetivo en común.
- h) Enfoque positivo: tener la capacidad para ver siempre el lado bueno de las cosas.
- i) Observación: es la habilidad para observar los pequeños detalles.
- j) Habilidad analítica: enfocarse en lo importante del problema, descomponer el problema en partes con el fin de ofrecer una solución global.
- k) Imaginación: capacidad de generar nuevas ideas y brindar alternativas al enfocarse en una situación determinada.
- l) Recursos: tener la habilidad para usar las herramientas disponibles para salir airoso de situaciones comprometidas.
- m) Aspecto externo: se debe generar una buena impresión en la primera instancia para tener la predisposición hacia la compra con el cliente.

Los puntos mencionados describen las características positivas y deseables en el servicio y la atención ofrecida a un cliente.

#### 2.2.2.1.4 Los Indicadores de Calidad.

Es tan importante definir los indicadores de calidad como gestionar todos los procesos que nos llevarán a una mejora continua en la organización. Actualmente las normas ISO nos ayudan a cumplir con estos indicadores por medio de un manual y así lograr los objetivos de la empresa.

Los indicadores de calidad son medidas estadísticas que se basan en cifra o en ratios de criterio para evaluar el desempeño de un proceso, sistema u organización.

El Profesor Michael A. Noble de la Universidad de British Columbia expone la evolución del concepto de métricas de la gestión de Calidad y como se ha transformado en las últimas décadas:

1920: planificar - hacer - ver (Walter A. Shewart).

1940: planificar - hacer - comprobar - tomar acción (J. Edwards Deming).

1980: definir - medir - analizar - mejorar - controlar (Bob Galvin)

Hoy: normalización. “La era de los indicadores de calidad ISO 9001 y el resto de familias”.

#### 2.2.2.2 Satisfacción del Cliente

Salazar, J. (2017), cita a Kotler y Keller quienes generaron una definición más detallada de satisfacción del cliente y describe la satisfacción como el “sentimiento de placer o decepción de la persona que resulta de comparar el rendimiento o el resultado percibido de un producto con sus expectativas”.

Peiró (2018), define la Satisfacción del cliente como un requisito para entrar en la mente de un consumidor, tomando lugar en su mercado objetivo. En base a este motivo el objetivo de satisfacer a un cliente ha sobrepasado las barreras del marketing y se ha convertido en el principal objetivo de toda organización. Actualmente, el consumidor tiene una gran variedad de marcas y esto conlleva a una dificultad en decidir cuál es su mejor opción, pero si obtiene una experiencia positiva en la compra de un bien o servicio,

su satisfacción positiva generará que el consumidor sepa que organización deba preferir, esto hará que la organización suba sus números en el mercado.

#### 2.2.2.2.1 La experiencia del cliente

Se define como la percepción que recibe el cliente tras contratar un bien o servicio, donde el cliente evalúa si el servicio contratado cumplió o no sus expectativas.

Brunetta (2019), menciona que centrarse en la experiencia estandar de un cliente no es suficiente, los consumidores modernos han aumentado sus estándares de satisfacción, lo que era bueno ayer, hoy es lo básico, las organizaciones están cambiando ha filosofías centradas en el cliente, algunas lo hacen por decisión propia y otras por la necesidad de continuar en la competencia.

#### 2.2.2.2.2 Herramientas para satisfacer al cliente

Según Mariana Pizzo (2017), nos explica que el empleado es la pieza clave para la prestación de un servicio sin embargo las organizaciones no se dedican a brindar las herramientas que necesitan los colaboradores para dar un servicio que alcance la satisfacción del cliente, para lo cual la autora propone 4 herramientas básicas para alcanzar la satisfacción del cliente:

- a) Comunicación, se trata de ser claro y preciso en la información que se debe traspasar a los colaboradores sobre las exigencias del puesto o las necesidades del cliente.
- b) Realimentación, se debe de revisar los procesos e indicar cuales son las fallas, como también solicitar comentarios a los clientes para ordenar el proceso y las necesidades del cliente se puedan cumplir.
- c) Confianza, es la manera de como ejecutar correctamente un proceso, esto generará seguridad al momento de que se presente algún problema en el proceso,

el cliente se sentirá seguro que el colaborador resolverá la situación de la mejor manera.

- d) Capacidad, es la continuación de la confianza, si bien la confianza es la capacidad del empleado de hacer correctamente una función, la capacidad es que el empleado cuenta con las herramientas necesarias para realizar la función a cabalidad.

### 2.2.2.2.3 Características de la satisfacción del cliente

Durante los últimos tiempos la satisfacción del cliente se ha convertido en el mayor objetivo de toda organización, pero no todos hacen lo necesario o se enfocan en cambiar sus procesos o adaptarlos para obtener los resultados un servicio enfocado a las necesidades de los clientes, para poder lograr la satisfacción del cliente es importante conocer sus características:

- La satisfacción del cliente debe determinarse desde el punto de vista del cliente, jamás desde el punto de vista de la empresa.
- Se debe establecer parámetros mediante los resultados que el cliente obtiene al contratar un servicio.
- Debe estar basado en lo que el cliente percibe, no en los hechos de los servicios entregados.
- Gran parte del resultado depende del estado psicológico que el cliente mantiene al adquirir un producto y/o servicio.

Questionpro (2021) menciona que estos puntos indicados como las características de la satisfacción del cliente, logra generar consumidores más leales a la organización y así ellos continuaran contratando los servicios de la organización.

#### 2.2.2.2.4 Dimensiones de la Satisfacción del cliente

La Satisfacción del cliente es un resultado de al momento de comparar el servicio percibido con las expectativas esperadas, podemos nombrar 5 dimensiones de la Satisfacción del cliente:

- a) Calidad funcional percibida: Es la forma en cómo se entrega el servicio al cliente.
- b) Calidad técnica percibida: Se define como las características que son inherentes al servicio.
- c) Valor percibido: Es el valor que el cliente visualiza o siente después de recibir un servicio.
- d) Confianza: se define como una variable operativa en el índice de satisfacción, mide la percepción que genera el cliente sobre la capacidad de servicios que puede otorgar una empresa en el futuro, genera lealtad en los clientes y los clientes pueden calificar los servicios recibidos.
- e) Expectativas: es nivel de servicio que los clientes esperan recibir por la contratación de un bien o servicio.

#### 2.2.2.2.5 Importancia de la Satisfacción del cliente

Enfocarse en mantener un nivel alto de la satisfacción de los clientes puede garantizar contrataciones frecuentes de un servicio, lo cual demuestra una fidelización hacia la marca u organización. También genera que los clientes recomienden los servicios a otros clientes potenciales que necesitan de servicios o soluciones similares, generando lo que se denomina publicidad boca a boca.

Dar prioridad a la satisfacción del cliente asegura que los usuarios no abandonen la empresa por un servicio mal prestado, ya que la organización se asegurará de poder cumplir o superar las expectativas del cliente.

### 2.2.3 Antecedentes Nacionales:

Chavez Lopez, Rosa Palmira (2020), en su tesis “Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la empresa Alepharma S.A.C., Trujillo 2020” indica que hay una gran importancia en la evaluación de la gestión de calidad de una empresa para aumentar la satisfacción del servicio que perciben los clientes. Su tesis tuvo como finalidad primordial comprobar su hipótesis de encontrar relación entre las variables “Calidad de servicio” y “satisfacción del cliente” dentro de la botica Alepharma S.A.C.; En las conclusiones indica que logró determinar una correlación significativa para las dos variables. Al medir ambas variables en los clientes y/o usuarios de las empresas a la cual prestan servicio, obtuvo un porcentaje similar para cada variable, demostrando que ambas variables tienen una relación directa con nivel de impacto, suben o bajan de la misma manera según corresponda el caso.

Solange Brenda Villanueva Baldeón (2019) en su tesis “Operaciones aduaneras y la satisfacción del cliente en la empresa TLI Aduanas S.A.C – Lima, 2019” busca determinar la relación de las operaciones aduaneras con la Satisfacción del cliente, con lo cual demuestra que las operaciones aduaneras ejecutadas de manera correcta tienen un agrado directo hacia el consumidor, ya que son muy importantes para facilitar un comercio sin costos adicionales y desempeñando las gestiones acorde al servicio contratado por el comprador. Dentro del análisis que realiza la autora demuestra que cada proceso es importante ejecutarlo con calidad, debido a que tiene un impacto directo sobre la satisfacción del cliente, tanto a nivel operacional, financiero, intercambio de bienes y de Normas legales.

### 2.2.4 Bases Teóricas a Nivel Nacional

#### 2.2.4.1 Calidad de Servicio

Norman Loayza (2020), en su estudio económico de las organizaciones, podemos mencionar tanto privadas como gubernamentales, nos definen que la formalización de los procesos no solo se debe enfocar en hacer cumplir las normas, debido a que si solo ese es el enfoque, esto llevará a un bajo rendimiento lo que conllevará a un decrecimiento en el servicio, por eso las organización deben de centrarse en la formalización de procesos

sostenidos por servicios de calidad y disponibilidad de los usuario bajo este enfoque, ya que al enfocar los recursos y los procesos bajo estas bases se obtendrá un proceso robusto y un crecimiento sostenido a través del tiempo. (pag. 47).

Juan M. Miyahira (2018), La palabra Calidad viene del Latín “qualitas”, palabra que se traduce o hace significado a la Perfección, el concepto de calidad ha ido cambiando en el tiempo, empezando por una calidad solo enfocado a un producto terminado, ahora centrado al control de la calidad del proceso y enfocado al concepto de control total de la Calidad, donde abarca la calidad del producto o servicio, la calidad del proceso y la satisfacción del cliente. Por eso las compañías deben de centrarse en usar las dimensiones de la calidad para adaptar este concepto en un crecimiento sostenido hacia una organización enfocado a la calidad total del servicio. Por eso las organizaciones deben adoptar las 5 dimensiones en sus procesos de calidad de servicio:

- 1) La confiabilidad, El servicio o bien producido debe de generar seriedad y exactitud.
- 2) En lo tangible, el producto debe de contar con buena apariencia o material utilizado.
- 3) La prontitud, es la voluntad que querer ayudar a los clientes y prestar un servicio oportuno.
- 4) La seguridad, refiriéndose a la calidad del servicio y el cumplimiento según los estándares del cliente.
- 5) La accesibilidad, enfocándose la disponibilidad del producto y esto tiene relación entre el precio y la visibilidad.
- 6) La empatía, este últimos hace referencia a la relación que se tiene con los clientes, debe ser una relación directa donde se pueda abordar las necesidades de los usuarios.

#### 2.2.4.2 Satisfacción del Cliente

Jorge Benzaquen (2018), define que la satisfacción del cliente es el camino para que las organizaciones adopten una filosofía de excelencia operativa con el fin de alcanzar la excelencia en los negocios, para ello es importante entender la calidad total como una

filosofía basado en el uso de herramientas e instrumentos de análisis y control que toda organización debe adoptar, con el fin de fortalecer su desempeño y mejorar su ventaja competitiva. El objetivo final es alcanzar la satisfacción del cliente a través de las necesidades y expectativas de los usuarios, para ello debe de mejorar sus procesos y desarrollar una cultura de mejora continua en todas sus actividades, procesos y diferentes niveles de la organización.

Regina Jiménez (2020), en su estudio nos conceptualiza que la Satisfacción del cliente este definido por la calidad del servicio otorgado por una organización, siendo los factores más importantes a considerar como: eficiencia del servicio, competencia, actitud de los colaboradores. Cabe mencionar que los niveles de satisfacción están determinados acorde a la calidad de servicio que recibe el cliente, teniendo una relación directa, si el cliente percibe unos niveles de bajos de calidad, su lealtad o percepción sobre el servicio contratado también generarán niveles bajos de satisfacción sobre el servicio.

## **2.3 MARCO TEÓRICO ESPECÍFICO:**

### **2.3.1 1: Agencias de Carga Internacional**

La Ley General de Aduanas Decreto Legislativo N° 1053 – 2008/EF en el artículo 15°, describe a la Agencia de Carga Internacional como un operador de Comercio exterior. Una Agencia de carga internacional se define como una persona natural o jurídica que puede realizar las siguientes funciones:

- a) Consolidar y des consolidar mercancías.
- b) Emitir documentos de transporte internacional, como conocimiento de embarque, guía aérea o carta porte
- c) Recibir la mercancía embarcada por su intermedio, realizando las gestiones para su almacenamiento y comprobando el estado de la mercancía y participar en las diligencias en casos de faltantes y/o mermas.
- d) Generar los manifiestos de des consolidación.
- e) Tramitar manifiestos de carga hacia las compañías navieras o aérea.

- f) Poner a disposición de los transportistas o clientes las mercancías provenientes del exterior o que son destinadas al exterior.
- g) Otras funciones que establezca la autoridad aduanera.

Las agencias de carga internacional pueden realizar procesos de importación o exportación, facilitando el ingreso, tránsito y salida de las mercancías de un país a otro por cualquiera de sus vías, siendo estas: Aéreo, terrestre y fluvial, respetando las leyes aduaneras y acompañando sus trámites con el soporte de una agencia de aduanas y el cliente (importador o exportador).

Son empresas intermediarias que ofrecen un servicio especializado en transporte y Logística en sus diferentes modalidades, tanto a nivel nacional como internacional, otorgando soluciones a los clientes para promover el comercio internacional.

### 2.3.2 2: Mejora Continua

La Mejora Continua sienta sus bases en la cultura Kaizen, que nace de la cultura de las empresas japonesas, donde las empresas tienen una cultura organizacional que involucra a gerentes y trabajadores enfocados en la búsqueda de un mejoramiento progresivo de sus procesos.

Masaaki, Imai (1992), explica de manera sencilla la esencia de la ideología Kaizen, que significa buscar un mejoramiento progresivo de la forma de vida de una organización, donde se debe involucrar a todas las partes que la compongan, desde la plana Gerencial hasta los trabajadores, pasando por todos los niveles de la organización.

La mejora continua es el indicador más fiable para mejorar la calidad de servicio, ya que es un incremento progresivo y cuantificable mediante la satisfacción del cliente. Las Organizaciones deben adoptar un crecimiento sostenible mediante planificaciones en sus procesos, para tener como resultado el incremento continuo de la satisfacción del cliente.

### 2.3.3 3: Elementos de la Cultura de la Mejora Continua.

Implantar la cultura de mejora continua en una organización es un reto que tiene como fin conseguir un mayor nivel de satisfacción del cliente y hay que tener en cuenta ciertos aspectos para alcanzar este objetivo. Debemos adoptar los principios de la gestión de Calidad que se deberán utilizar para liderar la mejora del desempeño en la organización:

#### 1) Orientación hacia el Cliente.

Toda Organización existe por la preferencia que toman los clientes de contratar sus servicios, por eso sumamente importante entender las necesidades actuales y futuras sobre las expectativas del servicio que esperan los clientes.

#### 2) Liderazgo.

La implementación de una cultura de mejora continua para elevar la calidad del servicio con el fin de incrementar la satisfacción del cliente, es una prioridad que debe tomar la Alta Gerencia, ya que para tener éxito se deben tomar con una visión clara, iniciativas y planes concretos, con actividades que la Alta Gerencia debe realizar, debe aplicar un correcto seguimiento hacia toda la organización, esto no es un plan que se aplique de manera inmediata, debe aplicarse correctamente para que sea sustentable a través del tiempo.

#### 3) Participación del Personal.

El personal en toda organización, debe considerarse como el corazón, el activo mas importante y pieza fundamental de la empresa, el compromiso de sus habilidades en una cultura de mejora continua suma positivamente en beneficio de la compañía.

La organización debe potenciar a sus empleados desde el momento de la contratación y hacer que ellos adopten la cultura empresarial que la organización aspira, se debe promover la participación, la innovación, el aprendizaje constante, delegación de

funciones, reconocimiento y recompensas en los progresos con el fin de desarrollar todo su potencial.

El personal incluye a todos los empleados que se encuentren dentro de la compañía y que presten servicio de manera directa o indirecta a los clientes, y algunos pueden necesitar ayuda para alcanzar su verdadero potencial.

4) Adoptar un planteamiento de Gestion de procesos.

Un resultado se alcanza cuando las actividades y los recursos se gestionan mediante un proceso estándar o actividades determinadas y estos deben de estar enfocados mediante una estrategia para aumentar la Satisfacción del cliente.

La ISO9001, promueven la adopción mejoramiento de las Organizaciones basados con un enfoque para mejorar los procesos con el fin de aumentar la satisfacción del cliente, se debe ver a la empresa como un conjunto de procesos en lugar de departamentos o áreas con funciones especializadas.

5) Enfoque de Mejora para la Gestión.

El enfoque se basa en: Identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados que contribuyen en la eficiencia y eficacia de una compañía para el logro de los objetivos.

6) Planes de Mejora Continua.

Los objetivos de mejora continua deben de ser integrados en los procesos generales de la organización, con planificaciones de actividades y objetivos claros.

Los planes de mejora de servicio deben planificarse anualmente y deben basarse en las necesidades y expectativas de los clientes.

7) Enfoque basado en hechos para la toma de decisión.

Para tener una decisión eficaz las empresas deben de tener un análisis correcto de información y datos. Aplicar una cultura de mejora continua implica que las organizaciones deban tener una cultura de medición, ya que solo se puede mejorar lo que se puede medir, y las decisiones que se tomen deben de ser basados en los datos obtenidos.

8) Relaciones mutuamente beneficiosas con los proveedores.

Las empresas y sus proveedores son independientes, pero una relación centrada en un beneficio mutuo, aumenta la capacidad para crear un servicio de valor hacia el cliente final.

2.3.4 4: Cadena Logistica.

La Cadena Logistica es esencial para el buen funcionamiento de las empresas, las empresas que tienen implementado una cadena logística sostenida pueden satisfacer las necesidades de sus clientes, es por eso que las empresas tienen como necesidad cuidar o implementar una correcta cadena logísticas de sus productos, ya que un mal servicio en este punto automáticamente se percibe como un mal servicio a los ojos de los clientes finales.

El objetivo principal de la cadena logística es trasladar de manera correcta y optima un producto desde su fabricación hasta la entrega final del comprador, y por ello deben de tener en cuenta ciertos aspectos como tareas y objetivos:

- 1) Gestión y planificación del traslado de los productos.
- 2) Organización del transporte de la mercancía.
- 3) Gestión y control de inventario.
- 4) Gestión y control de inventario.
- 5) Organización de la mercancía vendida.
- 6) Análisis de la fluctuación de oferta y demanda a corto y medio plazo.

## CAPITULO III: APLICACIÓN PROFESIONAL

### 3.1 CONTEXTO LABORAL – SITUACIONAL

La empresa se enfoca en brindar servicios dentro de la Cadena Logística, como Agente de Carga internacional, enfocados en servicios Aéreos, Marítimos y Terrestres.

#### 3.1.1 Departamento de operaciones Marítimas.

El departamento de Operaciones Marítimas, se enfoca en manejar procesos de importación y exportación. Compuesto por dos equipos, el equipo de operaciones y el equipo de Customer Services.

- 1) Equipo de operaciones: Los colaboradores que componen este equipo se centran de todos los procesos locales los cuales incluyen procesos aduanales, coordinación de transporte, generación de manifiestos a aduana marítima, procesos de consolidación y desconsolidación, incluyendo pagos por servicios y procesos documentales antes los Agentes portuarios y/o agentes marítimos, ingreso a sistemas de los costos y tarifas de ventas incurridos en cada embarque.
- 2) Equipo de Customer Services: Se enfocan en los procesos de coordinación con los equipos de agentes de carga de países de origen o destino, llevando un control exacto de los procesos coordinando tanto con los Agentes, Proveedores, clientes y Navieras. Deben de notificar el estatus de los embarques y sus procesos para que el cliente pueda recibir la información en tiempo, así como presentar soluciones a los diferentes eventos que puedan suceder, dentro de sus labores tenemos: Activación de carga, revisión de tarifas, revisión documental del embarque, coordinación de recojo de la carga en el país de origen, solicitud de Reserva a Naviera a través de nuestras oficinas en el país de Origen, solicitud de emisión de documentos solicitado por el cliente, emisión de seguros de carga, información detallada del proceso hacia el cliente, envío de pre-alertas y avisos de arribo.

El equipo de Customer Services y operaciones están capacitados y calificados para manejar procesos de exportación e importación marítima y ambos procesos deben de realizar según los estándares de la compañía y siguiendo los flujos de procesos especificados por la organización.

1) Proceso de Exportación Marítima:

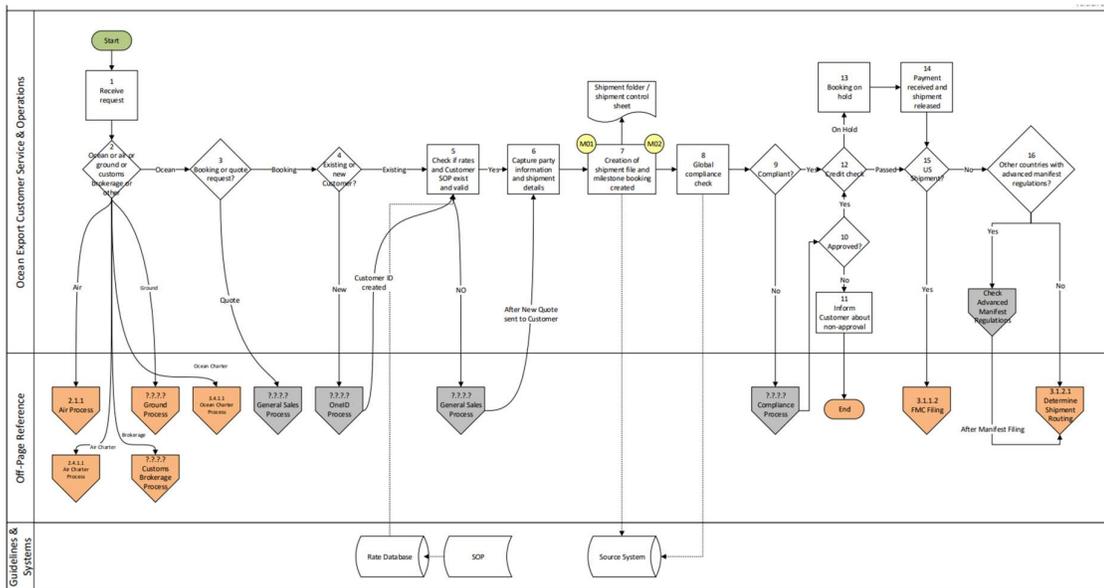
Es uno de los procesos más largos dentro de la cadena Logística y debe de respetarse cada etapa para alcanzar una operación de excelencia, a continuación, veremos el proceso de cada etapa y los flujogramas que el equipo debe cumplir a cabalidad de acuerdo a los estándares de la compañía.

Figura 3: Proceso para las cargas de Exportación Marítima



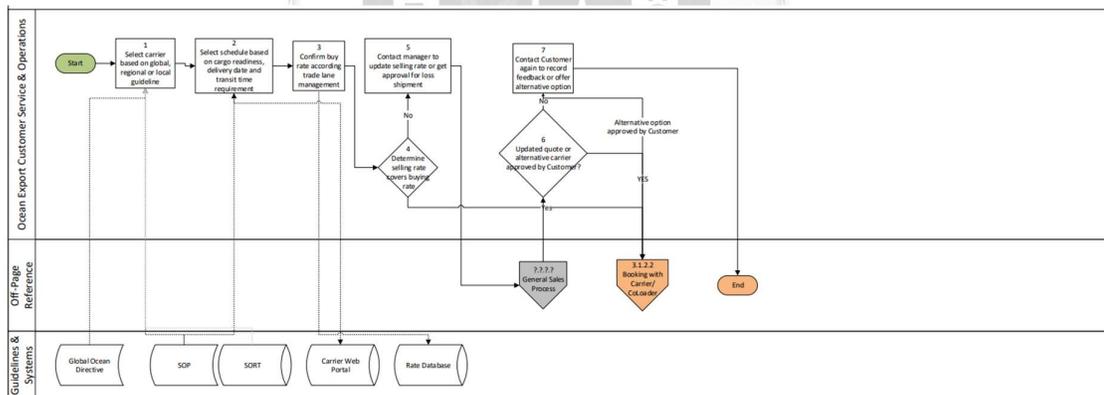
Fuente: Ceva Logistics - Station Process

Figura 4: Exportación Marítima – recepción de Booking



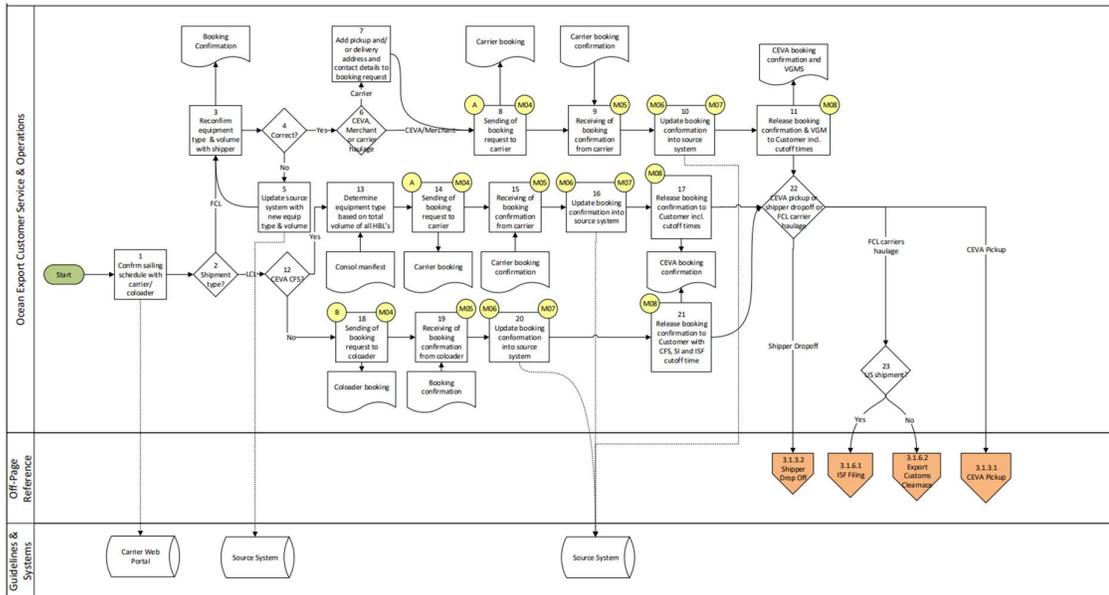
Fuente: Ceva Logistics - Station Process

Figura 5: Exportación Marítima – Generación de Reserva



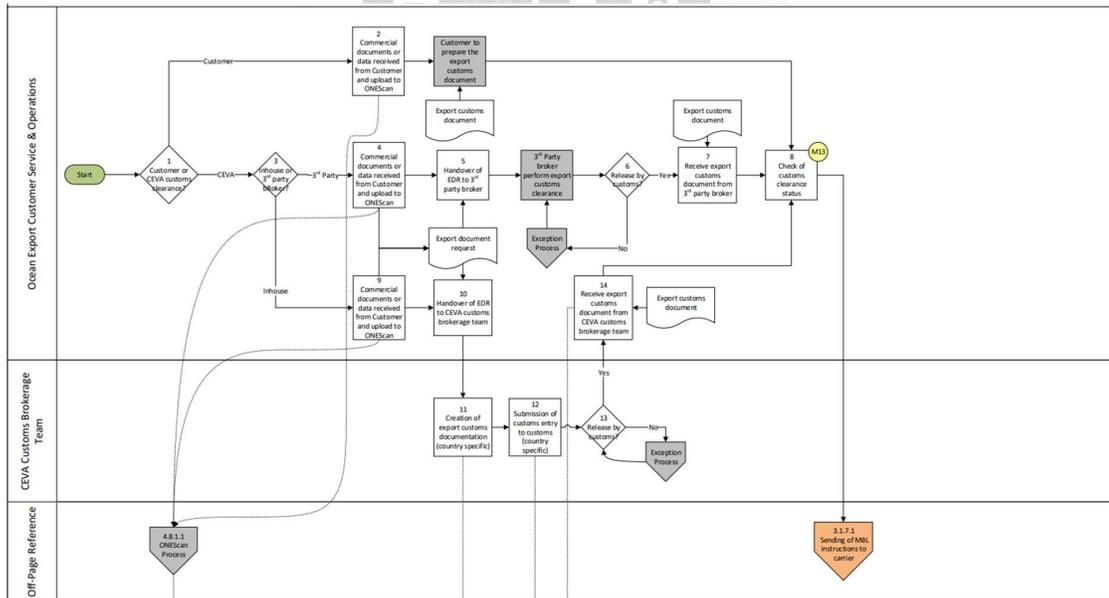
Fuente: Ceva Logistics - Station Process

Figura 6: Exportación Marítima – Confirmación de Booking y recojo de mercadería.



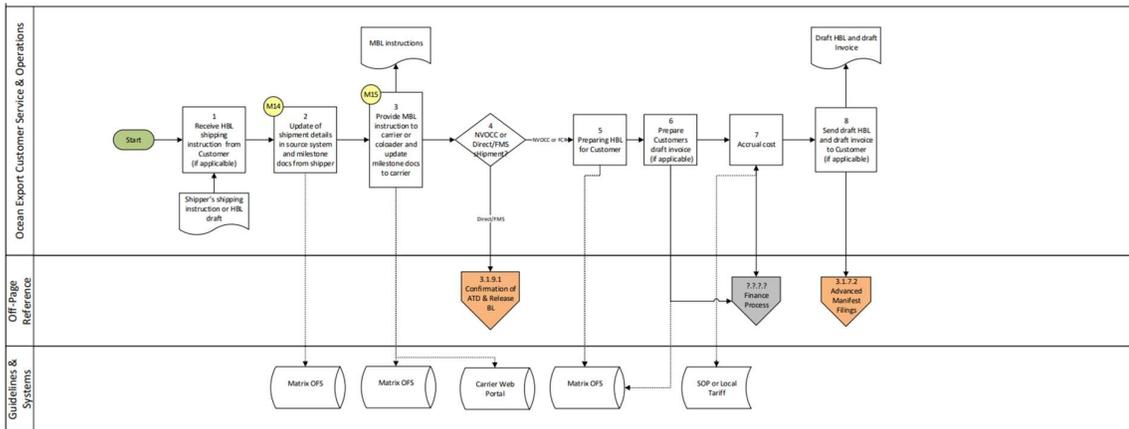
Fuente: Ceva Logistics - Station Process

Figura 7: Exportación Marítima – Proceso de Aduanas



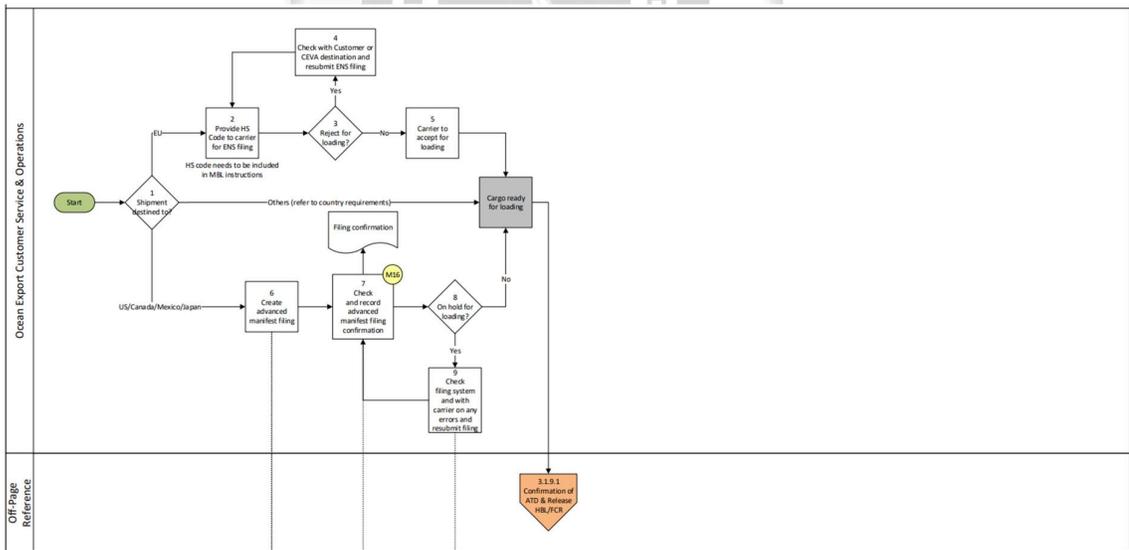
Fuente: Ceva Logistics - Station Process

Figura 8: Exportación Marítima – Emisión del Borrador del conocimiento de embarque.



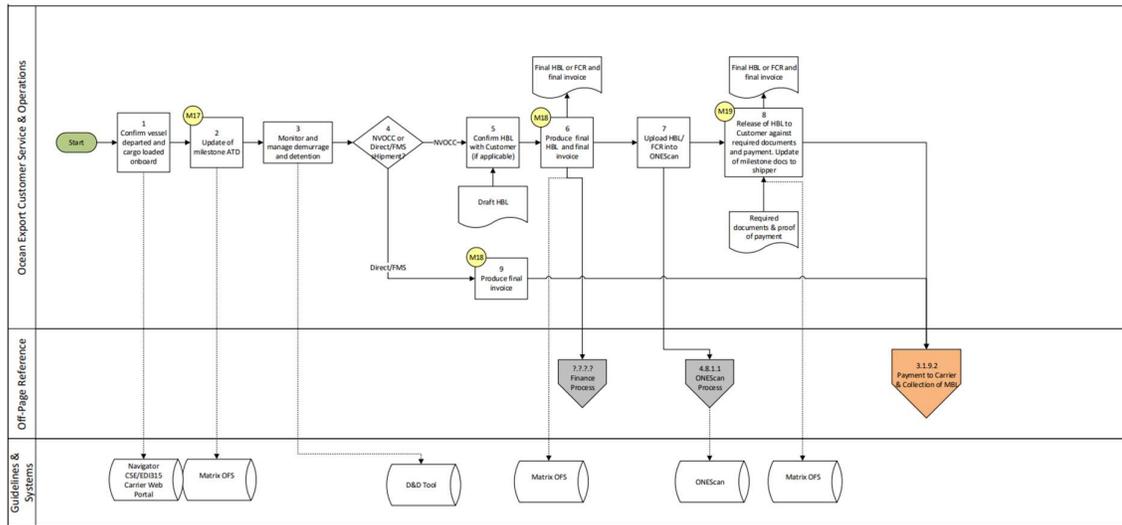
Fuente: Ceva Logistics - Station Process

Figura 9: Exportación Marítima – Confirmación de Salida.



Fuente: Ceva Logistics - Station Process

Figura 10: Exportación Marítima – Emisión de Documentos finales y facturación de gastos al Cliente.



Fuente: Ceva Logistics - Station Process

## 2) Proceso Importación Marítima.

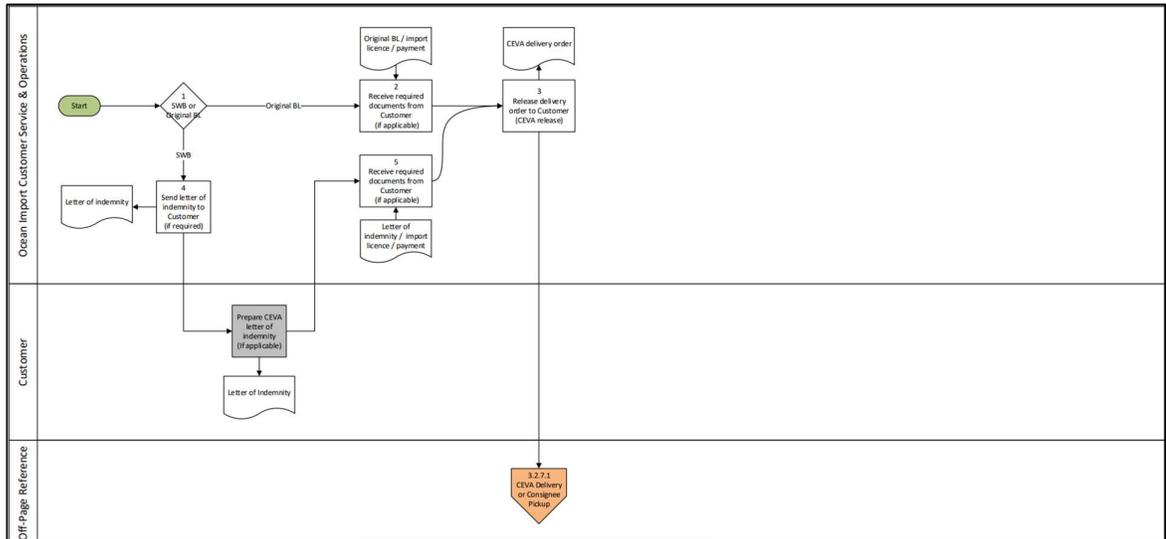
El proceso de importación marítima si bien no es tan extenso como el proceso de exportación, también debe ser cumplido a cabalidad, los colaboradores deben de realizar el proceso acorde a los estándares de la compañía para tener un proceso ordenado acorde a lo que el mercado y el cliente necesita, cumpliendo los estándares de la compañía como la legislación aduanera.

Figura 11: Proceso para las cargas de Importación Marítima



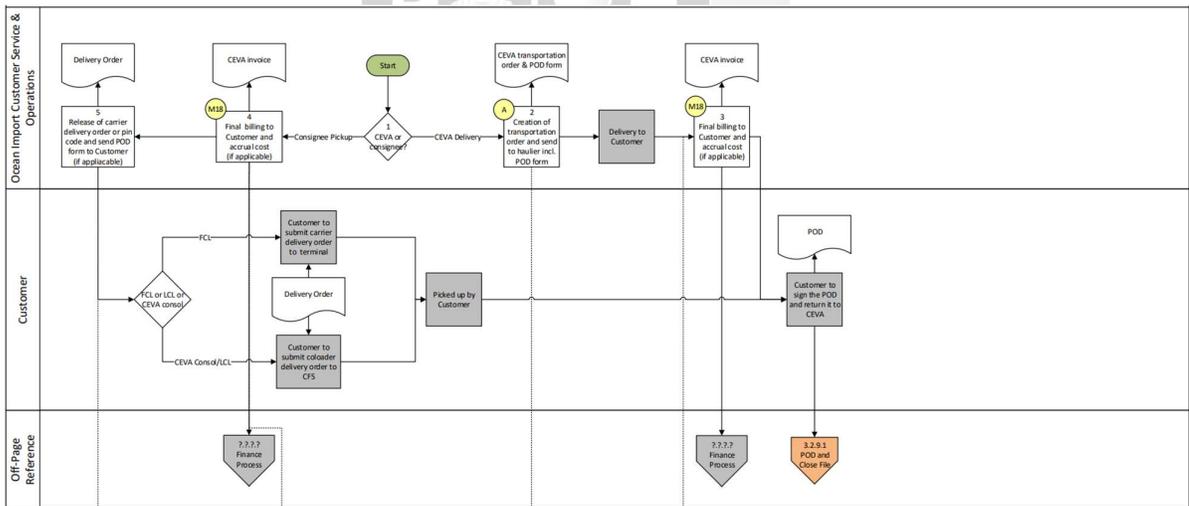
Fuente: Ceva Logistics - Station Process

Figura 12: Importación Marítima – Revision y notificación documental de un nuevo embarque.



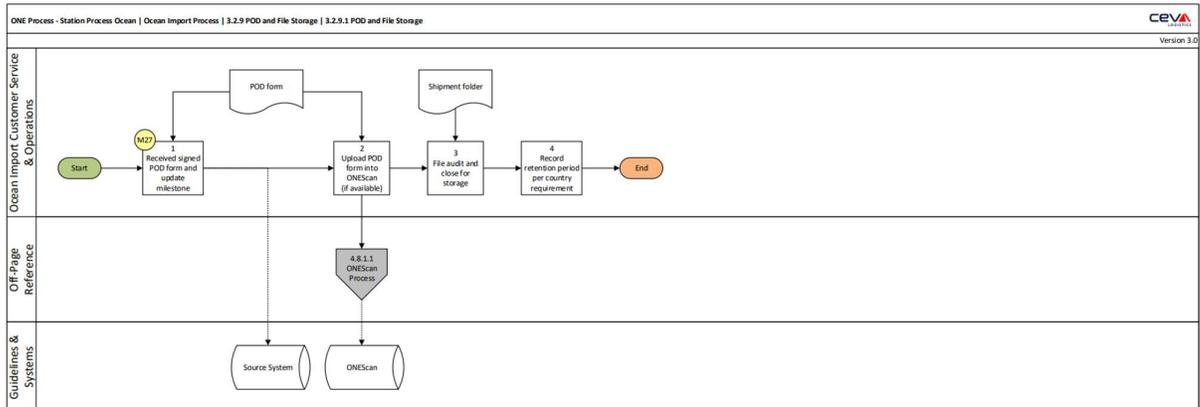
Fuente: Ceva Logistics - Station Process

Figura 13: Importación Marítima – Facturación de gastos, costeo y liberación de documentos.



Fuente: Ceva Logistics - Station Process

Figura 14: Importación Marítima – Entrega del conocimiento de embarque y cierre de carpeta.



M27 POD

Fuente: Ceva Logistics - Station Process

### 3.1.2 Departamento de Importaciones Aéreas.

El departamento de Importaciones Aéreas, consta de dos equipos, equipo de operaciones y equipo de Customer Services, ambos equipos deben estar alineados y enfocados en dar un servicio de Calidad, para cumplir las expectativas del cliente, el proceso aéreo es un proceso ágil y rápido, entonces una de las principales características de estos equipos es el sentido de urgencia.

- 1) Equipo de operaciones: Los colaboradores que componen este equipo se centran de todos los procesos locales los cuales incluyen:
  - a. Procesos aduanales.
  - b. Coordinación de transporte.
  - c. Generación de manifiestos a aduana Aérea por AWB.
  - d. Seguimiento al proceso de des consolidación y emisión de Papeleta.
  - e. Pagos por servicios y procesos documentales antes las Aerolíneas y proveedores.

- f. Validación de costos y tarifas de ventas en cada embarque.
- 2) Equipo de Customer Services: Son la cara visible de la compañía frente a los clientes, los clientes tratan todos sus procesos directamente con ellos, dentro de sus responsabilidades podemos nombrar las siguientes:
- a. Recibir y activar embarques notificados por el equipo Comercial.
  - b. Coordinar cada embarque con los equipos de agentes de carga de los países de origen.
  - c. Llevar un control exacto de los procesos coordinando tanto con los Agentes de origen, Proveedores, clientes y Aerolíneas.
  - d. Deben de notificar el estatus de los embarques y sus procesos para que el cliente pueda recibir la información en tiempo.
  - e. Presentar soluciones a los diferentes eventos que puedan suceder.
  - f. Revisión de documental y tarifas del embarque.
  - g. Coordinación de recojo de la carga en el país de origen.
  - h. Solicitud de Reserva de vuelo a través de nuestras oficinas en el país de Origen.
  - i. Solicitud de emisión de documentos solicitado por el cliente.
  - j. Emisión de seguros de carga.
  - k. Información detalla del proceso hacia el cliente, envío de pre-alertas y avisos de arribo.

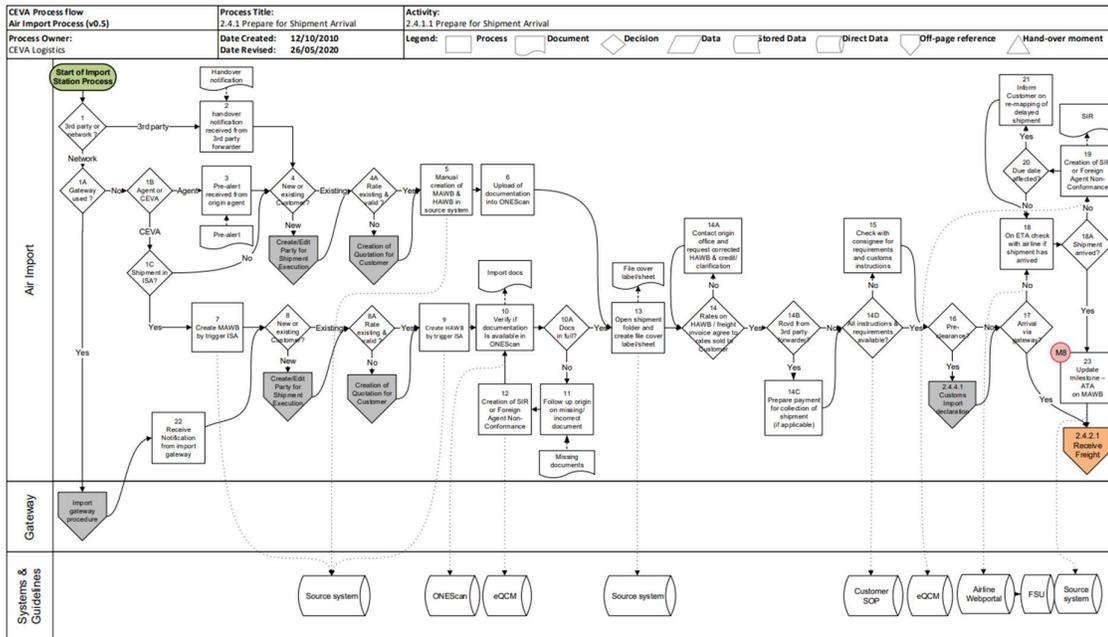
El equipo de Customer services y operaciones deben cumplir con los procesos establecidos por la compañía y se muestran en los siguientes gráficos.

Figura 15: Proceso para las cargas de Importación Aérea.



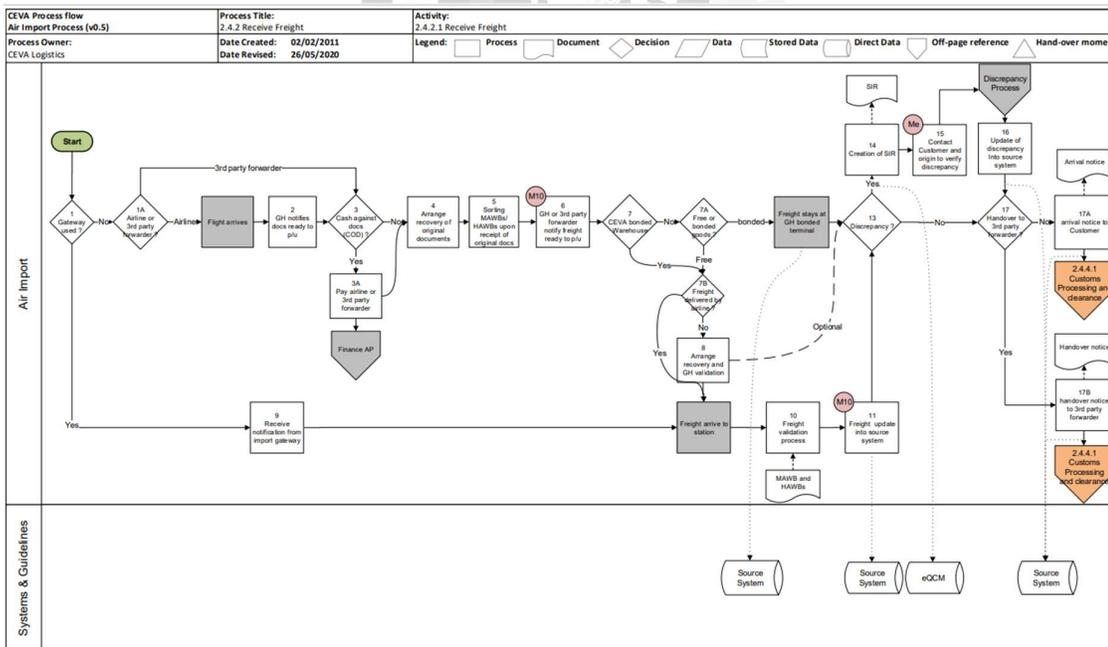
Fuente: Ceva Logistics - Station Process

Figura 16: Importación Aérea – Preparación para el arribo de una carga.



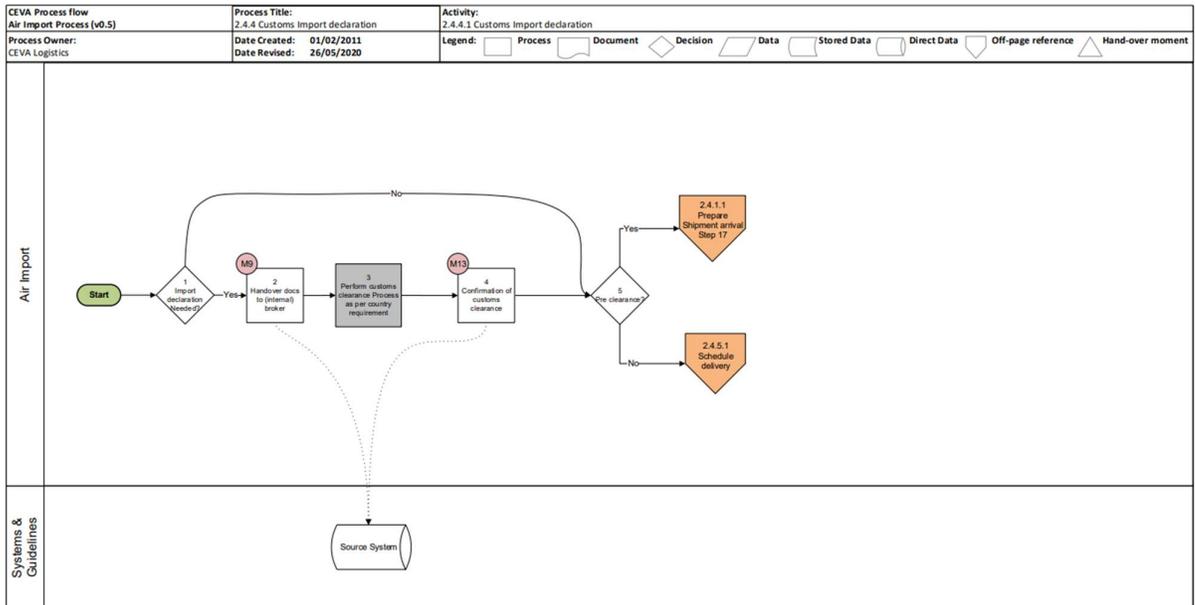
Fuente: Ceva Logistics - Station Process

Figura 17: Importación Aérea – Proceso operativo al arribo de una carga.



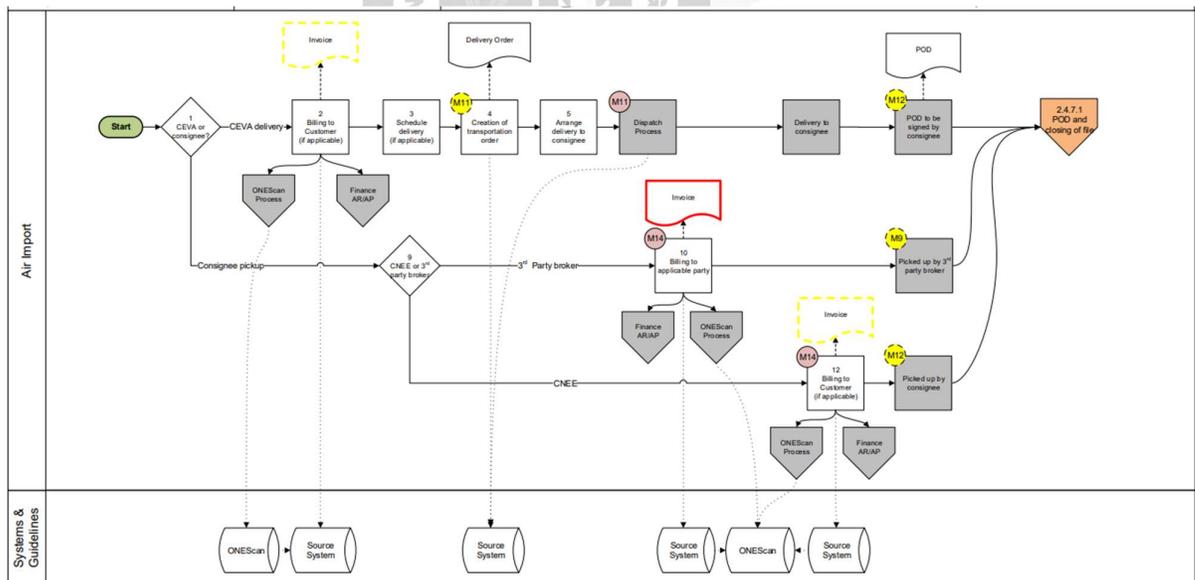
Fuente: Ceva Logistics - Station Process

Figura 18: Importación Aérea – Proceso liberación de Aduanas.



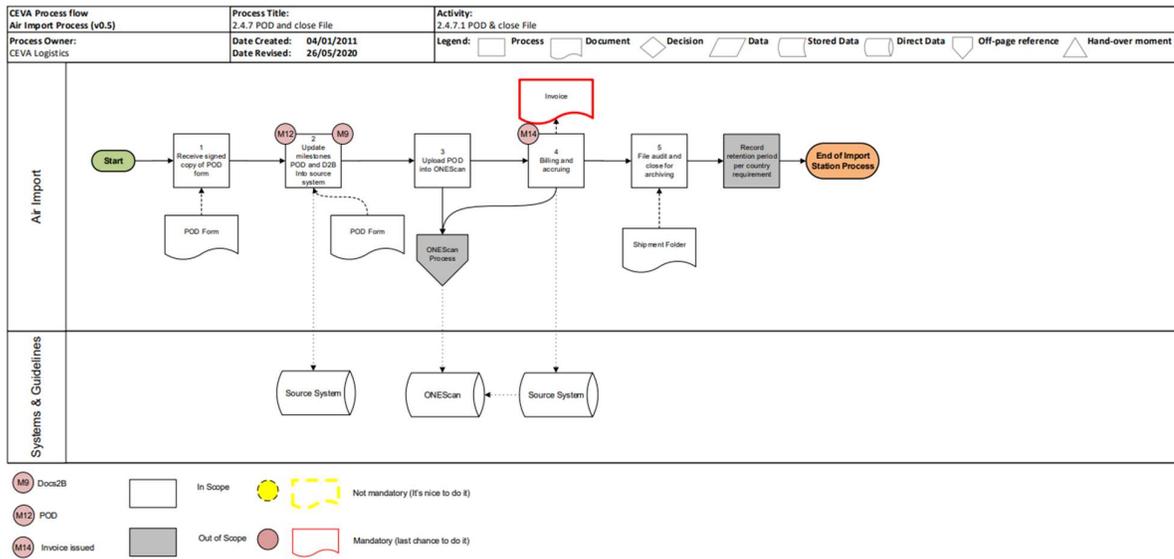
Fuente: Ceva Logistics - Station Process

Figura 19: Importación Aérea – Facturación y entrega de carga al cliente.



Fuente: Ceva Logistics - Station Process

Figura 20: Importación Aérea – Confirmación de entrega y cierre de carpeta.



Fuente: Ceva Logistics - Station Process

### 3.1.3 Departamento de Exportaciones Aéreas.

El Departamento de exportaciones aéreas está compuesto por un total de 10 personas que se dedican a tareas específicas para darle celeridad al proceso, ya que en este departamento sus principales productos es la exportación de productos perecibles, donde se exportan productos por temporadas, los más recurrentes son: Exportación de Salmon, exportación de Cerezas, exportación de arándanos y exportación de carga general.

Las responsabilidades que tiene el equipo es realizar todos los procesos y los tramites en un tiempo acotado, ya que todos los procesos deben culminarse antes del cierre del vuelo de salida, nombraremos las responsabilidades:

- 1) Generación de Reserva ante la Aerolínea.
- 2) Confirmación de detalles de vuelo al cliente.
- 3) Confirmación de recojo de la mercadería con el cliente.
- 4) Ingreso de mercancías a Zona primaria.
- 5) Etiquetado, enmantado y control de temperatura para las mercancías.
- 6) Elaboración y/o revisión de documentos necesarios para la exportación.

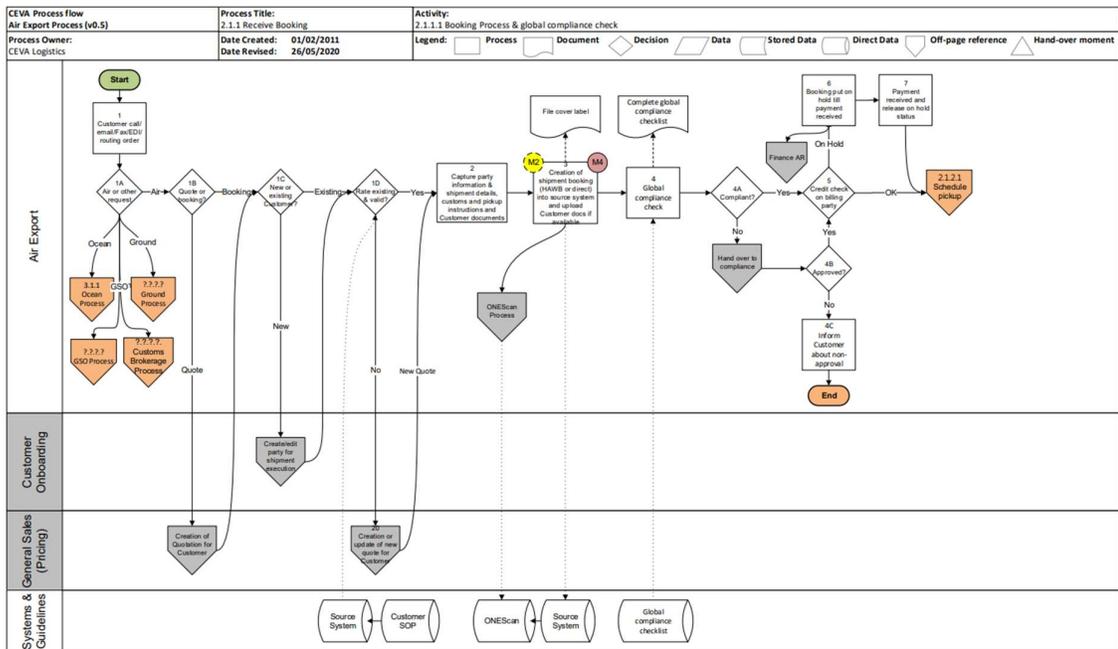
- a. Documento único de Salida (DUS)
  - b. Certificado de origen
  - c. Certificado fitosanitario.
  - d. Guia Aérea.
  - e. Documentos de declaración ante la Aerolínea.
  - f. Firma documental por personal autorizados ante la DGAC.
- 7) Seguimiento a la fecha de Salida.
- 8) Información al cliente de la confirmación de Salida.
- 9) Seguimiento al vuelo hasta el arribo el aeropuerto de destino final.
- 10) Facturación y cierre del embarque.

Figura 21: Proceso para las cargas de Exportación Aérea.



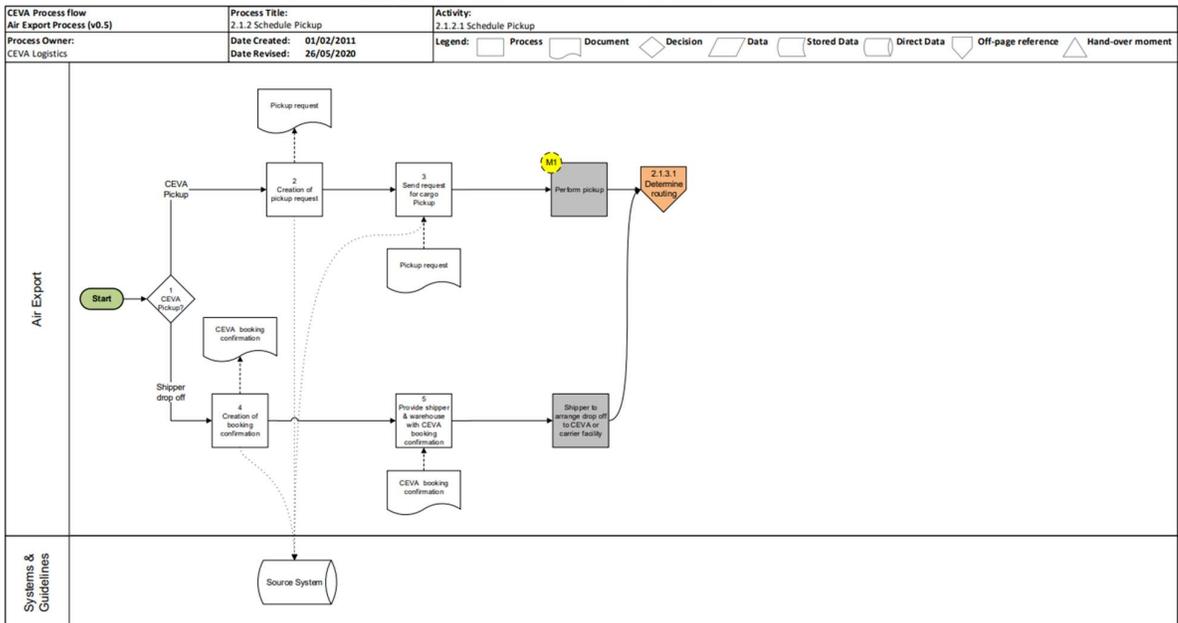
Fuente: Ceva Logistics - Station Process

Figura 22: Exportación Aérea – Elaboración de Reserva.



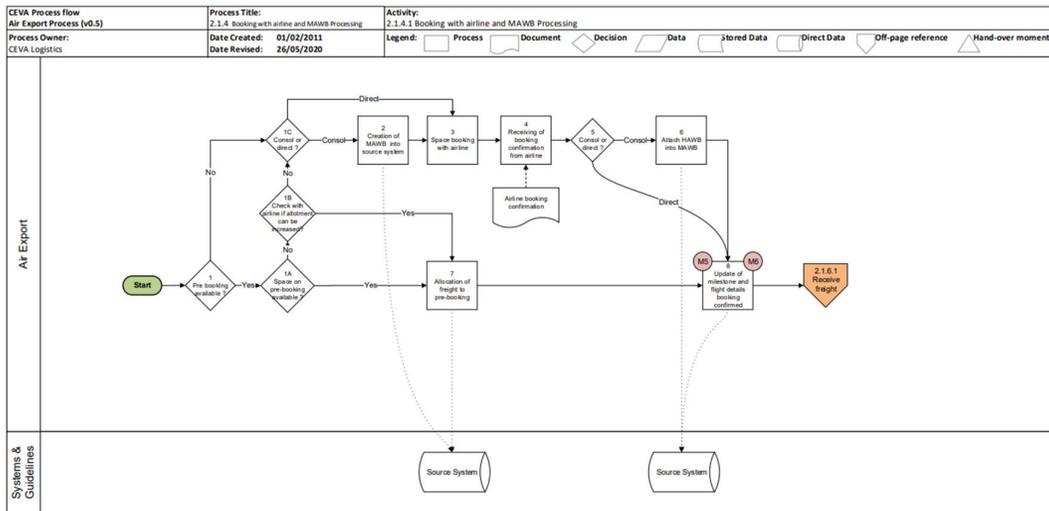
Fuente: Ceva Logistics - Station Process

Figura 23: Exportación Aérea – Programación de retiro de mercadería.



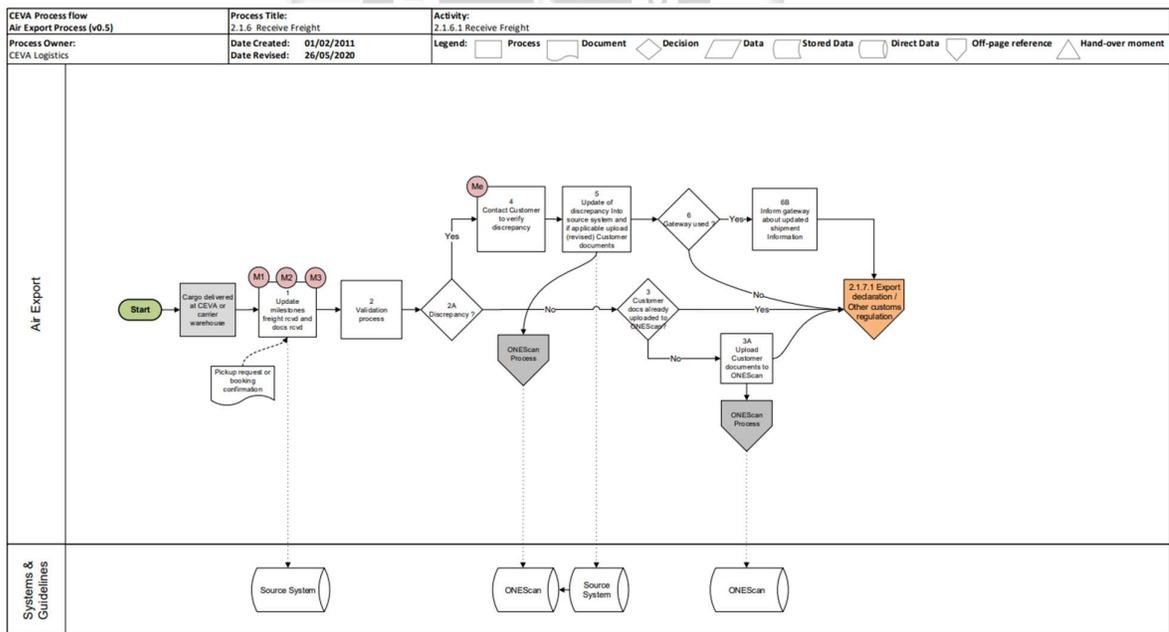
Fuente: Ceva Logistics - Station Process

Figura 24: Exportación Aérea – Confirmación de Reserva.



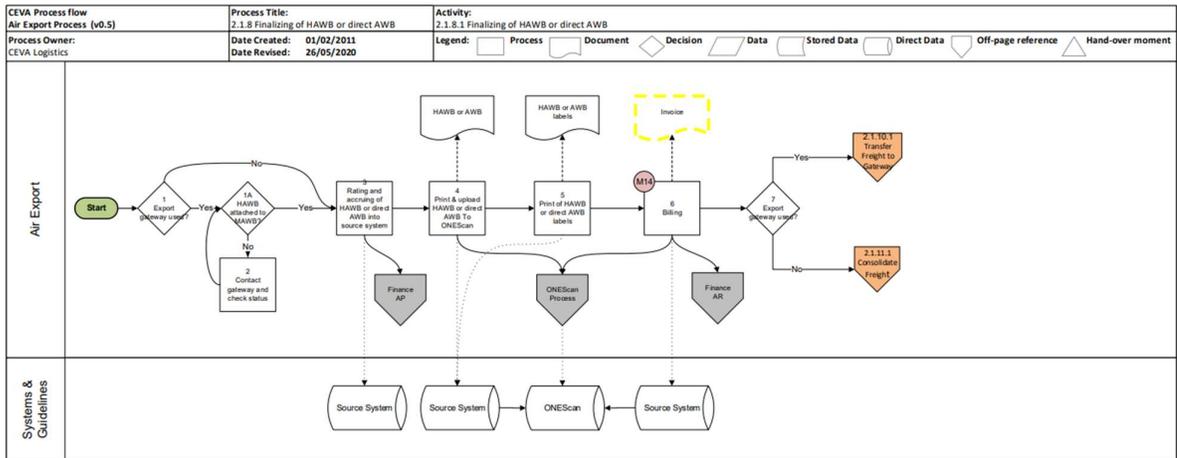
Fuente: Ceva Logistics - Station Process

Figura 25: Exportación Aérea – Ingreso a Zona primaria y declaración de exportación.



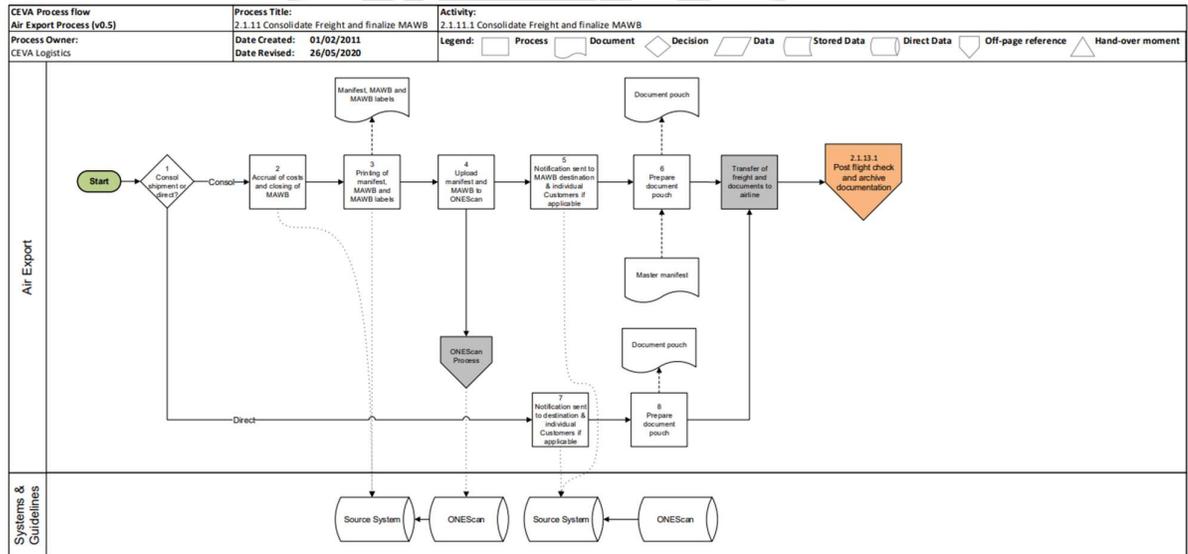
Fuente: Ceva Logistics - Station Process

Figura 26: Exportación Aérea – Emisión de HAWB o AWB.



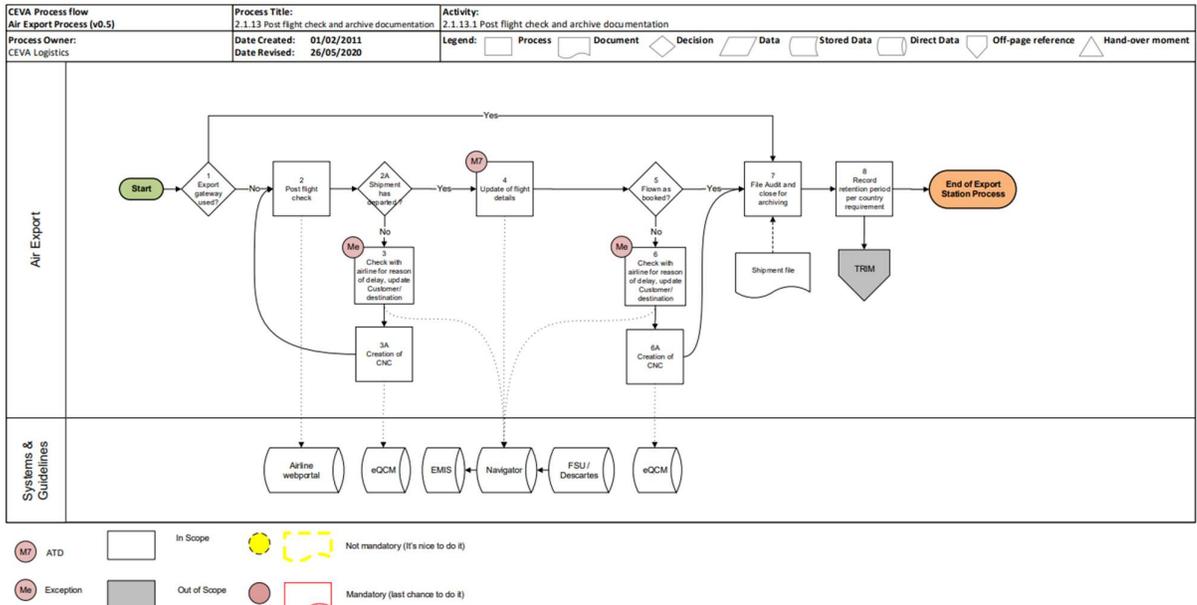
Fuente: Ceva Logistics - Station Process

Figura 27: Exportación Aérea – Consolidación y emisión de MAWB.



Fuente: Ceva Logistics - Station Process

Figura 28: Exportación Aérea – Confirmación de Salida del vuelo, facturación y cierre de carpeta.



Fuente: Ceva Logistics - Station Process

### 3.2 DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS POR EL BACHILLER

**Cargo:** Supervisor De Operaciones Marítimas de Importación y Exportación

**Periodo:** 06 de mayo del 2015 al 30 de junio del 2022

**Personas a Cargo:** 5

**Descripción de actividades:**

- 1) Supervisar y liderar el equipo del Área de Operaciones y Customer Services, en sus unidades de negocio de Importación Marítima y Exportación Marítima.
- 2) Manejo y seguimiento de los reclamos internos y externos.
- 3) Proyección Mensual y Anual de Rentabilidad Neta y volumen.
- 4) Seguimiento de disputas y/o reclamos con proveedores, Clientes y oficinas de diferentes países.

- 5) Toma de decisiones correspondiente a la operatividad del departamento.
- 6) Negociaciones con proveedores.
- 7) Revisión y análisis de informes diarios de volumen y rentabilidad.
- 8) Acompañar al equipo Comercial en decisiones clave de la planificación estratégica.
- 9) Visita Mensual a Clientes estratégicos.
- 10) Capacitaciones y acompañamiento al equipo de Operaciones con los sistemas de la compañía.
- 11) Super User en implementación de nuevos sistemas.

Figura 29: Organigrama Ceva 2021.



Fuente: Ceva Logistics 2021

**Cargo:** Sub Gerente de Operaciones Aéreas de Importación.

**Periodo:** 01 de Julio del 2022 a la Actualidad.

**Personas a Cargo:** 6

**Descripción de cargo:**

- 1) Dirigir y gestionar los procesos del departamento de Operaciones y/o Customer Service, para cumplir con los procedimientos establecidos.
- 2) Control de entrega de tarifarios de gastos netos locales.
- 3) Asegurar y controlar que las operaciones de Importación aérea y estén debidamente cargadas en sistemas con sus costos y ventas, a fin de obtener los correctos resultados del producto.
- 4) Asegurar y controlar el manejo de los embarques según los servicios ofrecidos.
- 5) Responder a las cotizaciones de cuentas globales que solicitan desde la oficina regional.
- 6) Control y manejo de las tarifas Aéreas.
- 7) Negociación de tarifas con Aerolíneas, Terminales de Importación y transporte terrestre.
- 8) Reporte de resultados.
- 9) Monitorear resultados con OPS. Control Chile y Brasil.
- 10) Generar reuniones con proveedores y clientes.
- 11) Manejo de reclamos, seguimiento, acciones y cierre de los mismos.
- 12) Cumplir con los KPI globales del área
- 13) Monitorear los reclamos, de FM
- 14) Informar la necesidad de capacitaciones para el Departamento de Importación Aérea
- 15) Capacitar a las distintas áreas, sobre el proceso de Importación Aérea.
- 16) Seguimiento de pagos en forma y orden de los clientes
- 17) Generar iniciativas de trabajo en equipo, medibles como Kaizen
- 18) Generar nuevos negocios y oportunidades, con el equipo de ventas

Figura 30: Organigrama Ceva 2022



Fuente: Ceva Logistics 2022



## **CAPITULO IV: APLICACIÓN PRÁCTICA**

### **4.1 DESARROLLO PRÁCTICO DE LAS CONTRIBUCIONES PLANTEADAS POR EL BACHILLER EN LA EMPRESA**

Cada día más organizaciones están priorizando su enfoque en aumentar la calidad de servicio en sus procesos, con el fin de nivelar sus servicios acordes a las expectativas del cliente.

Por lo cual, proponemos en la presente investigación en adoptar una cultura de mejora continua, basándonos en el mejoramiento de los procesos y capacitación constante al personal en el departamento de Importación Aérea para la empresa Ceva Freight Management Logistica de Chile Ltda.

Los conceptos y estudios de diferentes autores que hacen referencia a la relación de Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente, nos mencionan que hay una fuerte relación entre ambas variables y que el aumento o reducción del nivel de la variable independiente “Calidad de Servicio”, impacta directamente en la variable dependiente “Satisfacción del Cliente”.

Por lo tanto, generamos un proceso detallado de todo el flujo que debe conocer y entender el equipo de importaciones aéreas de la empresa Ceva Freight Management Logistica de Chile Ltda, para realizar un trabajo prolijo desde el momento en que se activa una orden de compras por el importador o cliente, hasta que la carga sea entregada en el punto acordado según el contrato comprometido.

Este flujo detallado nos permitirá entender los eslabones débiles del proceso y reforzar al equipo por medio de capacitaciones continuas, impulsando a una retroalimentación continua para que los colaboradores están capacitados en cada proceso estipulado en el flujo del proceso de importación aérea que manejamos en la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda.

A su vez, vamos a impulsar a que el equipo entienda que hay procesos que se puedan automatizar para que puedan enfocar sus fuerzas en la atención al cliente, como también realizar un seguimiento a los procesos por medio de indicadores de medición.

Por lo tanto después de las capacitaciones, el fomento de las automatizaciones de algunos procesos y la medición constante por medio de indicadores de calidad, los colaboradores del departamento aéreo comenzaron a realizar un proceso más prolijo, realizando un correcto seguimiento de los embarques, desde el momento en que el Proveedor informa que la carga se encuentra lista en el país de origen, solicitando una reserva en tiempo con nuestra oficina ubicada en el país de origen, coordinando el retiro de la mercancía del almacén del exportador, realizando el seguimiento al proceso y el cumplimiento al tiempo de tránsito, revisión cuidadosa al proceso documental, a fin de evitar errores en el proceso de internación de la carga por el Agente de Aduanas del cliente en destino, se notifica al cliente la salida del vuelo, el arribo a destino o cualquier cambio en el tiempo de tránsito ofrecido y esto cumpliendo los indicadores de medición que maneja la compañía y/o el cliente.

Por lo cual a ver implementado un proceso continuo de capacitaciones sobre el proceso de importación de carga aérea ha generado un cambio en el equipo en la forma en como manejan los embarques, así podemos seguir realizando análisis a los procesos del departamento de importación aérea, con el fin de realizar una mejora continua a cada proceso, donde involucramos a los líderes del departamento como a los colaboradores, con planes detallados, capacitación permanente y sobre todo capacitación en la importancia de los procesos y siempre enfocados hacia un objetivo, tener un servicio de Calidad total que cumpla las expectativas que el cliente se genera al contratar un servicio de importación aérea con nosotros, adicional realizar encuestas a los clientes al momento de concluir con un servicio, de esta manera podremos medir la satisfacción que percibe el cliente con respecto al servicio recibido.

Analizamos el proceso completo del departamento de importación aérea y se enumeraron las funciones de los equipos involucrados en el departamento de Importación Aérea de la organización, con el fin de brindar capacitaciones frecuentes a todo el proceso y motivar a los colaboradores y líderes a presentar en mejoras continuas a cada etapa del proceso y de esta manera enfocar sus fuerzas en brindar un servicio de Calidad.

Figura 31: Equipo de Customer Services - Proceso detallado de capacitación.

	Activación del embarque debe ser acorde a nuestro Proceso de Estación (Station Process)
1. ACTIVAR EMBARQUE	1.1. Revisar Datos y Tarifas (venta vs Costo) // Tender (cuentas Global), Shipping Inst. (cuentas locales) 1.2. Crear CSP (si somos el 1er contacto) 1.3. Enviar activación a nuestra oficina de Origen (Taks CSP)
2. CONFIRMAR BOOKING	2.1. Solicitar a la oficina de Origen que valide información del embarque y fecha de carga Lista (Taks vía CSP)
3. REVISION DOCUMENTAL	2.2. Solicitar a Origen que envíe detalles de Vuelo. 3.1. Origen debe enviar HAWB Draft fletado para que podamos aprobar, según <a href="#">info</a> del cliente y tarifas ofrecidas.
4. CONFIRMAR SALIDA	3.2. Enviar Draft a Cliente. 3.3. Aprobar Documentos a oficina de Origen.
5. ACTUALIZACION EN SISTEMA	4.1. Validar en página Aerolínea u Origen si la carga zarpó según el ETD.
6. PRE-ALERTA	5.1. Validar que embarque aparezca en nuestro OFS 5.2. Ingresar Venta y Costo en OFS
7. TRANSHIPMENT	6.1. Confirmación de Salida y validación de Documentos (HAWB, MAWB, CI, PL, etc.) 6.2. Generar el Pre-alerta al Cliente por OFS (AIRALERT)
8. Notificación de Arribo	7.1. Si la carga es vía Gateway, se debe realizar el seguimiento con las Oficinas. 7.2. Revisar que la carga mantenga las fechas y aeropuertos programados. 8.1. Informa Arribo a Chile, proceso de Internación.

Elaboración propia.

Figura 32: Equipo de Operaciones - Proceso detallado de capacitación.

1. REVISAR EMBARQUES	1.1. Revisar Planilla y actualizar ETA según información de Aerolínea. 2.1. Generar por SDF, pagos a Aerolínea sin crédito o embarques DDP.
2. GENERAR PAGOS	2.2. Ingresar accrual de Costo local en Booking MAWB (OFS). 3.1. Generar SDA dentro de los Plazos impuesto por Aduana Chilena.
3. SDA	3.2. Realizar Corrección a SDA en caso aplique.
4. RETIRO DE DOCS	4.1. Coordinar el retiro de Documentos y desglose para entrega a los clientes. 4.2. Realizar Rotulados y Solicitar Corrección de Papeleta si aplica.
5. FACTURACION	5.1. Generar Factura acorde a los montos ingresados por CSV.
6. AVISO DE DESCONSOLIDACION	6.1. Revisar que en OFS este con el ETA Correcto, MAWB asociado correctamente. 6.2. Enviar Aviso desconsolidado a los clientes: Facturas / Papeleta.
7. MILESTONES	6.3. Informar documentación lista para retiro. 7.1. Ingresar Milestones de cargas arribadas: ATA, OHD, D2B, POD Y OneScan.
8. DELIVERY	8.1. En Caso aplique, Coordinar con Proveedores.
9. CIERRE DE DOSSIER	8.2. Ingresar Milestones: OFD, POD Full, ONESCAN. 9.1. Se revisará en conjunto con Supervisor. 9.2. Revision de Estados de cuenta con Proveedores y solicitud de Pago a PTP Finanzas.

Elaboración propia.

Después de las capacitaciones y concientización a los trabajadores sobre mantener una calidad del servicio, en procesos, indicadores de calidad y tiempos según los acuerdos con los clientes, nuestros indicadores de calidad mejoraron rotundamente.

Figura 33: Indicadores de Calidad LATAM 2022

	Docs Received	Freight Received	Due Date	ETD	ETA	ATD	ATA	Docs2B	Out for Delivery	POD
⊖ LATAM	96.36%	94.44%	96.76%	100.00%	100.00%	80.33%	91.84%	90.14%	81.09%	80.19%
⊕ Argentina-Uruguay	100.00%	75.00%	100.00%	100.00%	100.00%	55.56%	97.87%	84.88%	-	-
⊕ Brazil	98.41%	96.17%	97.98%	100.00%	100.00%	83.04%	90.47%	97.70%	88.57%	83.33%
⊕ Chile	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	93.33%	95.69%	99.46%	100.00%	100.00%
⊕ Colombia-Ecuador	88.24%	88.24%	68.42%	100.00%	100.00%	70.59%	81.41%	87.00%	100.00%	100.00%
⊕ Peru-Centam	82.86%	91.43%	100.00%	100.00%	100.00%	71.88%	96.25%	75.08%	75.21%	76.86%

Fuente: Qlik Sense Ceva 2022

## 4.2 MARCO METODOLÓGICO

### 4.2.1 Enfoque de la investigación.

Toda investigación se inicia con una idea, pero para comenzar se debe determinar cuál será la ruta la investigación que se tomará en consideración.

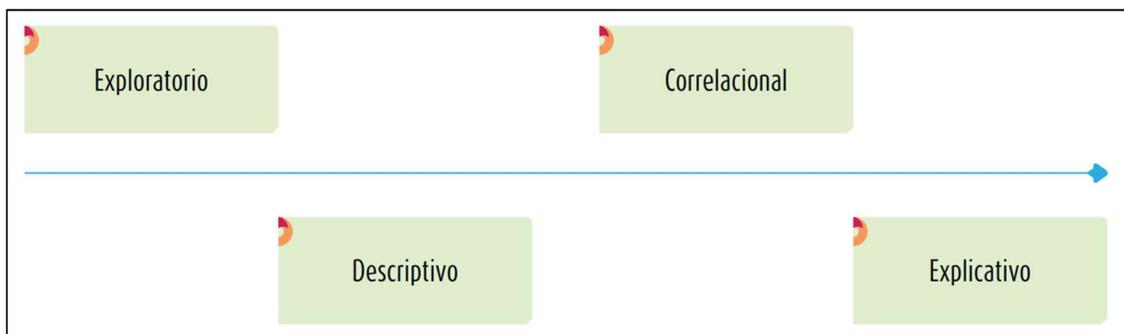
Hernandez Sampieri (2018), nos menciona que “hay tres rutas fundamentales para obtener la ruta de la investigación: la Cuantitativa, la Cualitativa y la Mixta. Por ello, antes que cualquier otra cuestión se debe de profundizar en ellas para que cuando se realice la investigación se elija la más adecuada de acuerdo a las circunstancias del enfoque de la investigación” (pag. 4).

Por nuestro tipo de investigación nosotros optaremos por la ruta de la investigación con enfoque Cuantitativo, ya que nuestra investigación tiene un proceso secuencial entre sus etapas, recogeremos datos mediante herramientas numéricas para realizar un análisis y determinar la relación causa y efecto de nuestras variables “Calidad de Servicio” y “Satisfacción del cliente”.

#### 4.2.2 Alcance de la Investigación

Hernandez-Sampieri, R. (2014), nos menciona que “el alcance de un estudio depende de la estrategia de investigación, el diseño, los procedimientos y otros componentes del proceso; y podemos tener cuatro tipos de alcance dentro de la investigación con enfoque cuantitativo, los cuales son: exploratorio, descriptivo, correlacional o explicativo” (pag. 90).

Figura 34: Alcances de la investigación Cuantitativa.



Fuente: Hernandez-Sampieri, Metodología de la investigación.

El presente trabajo, es de alcance Correlacional; ya que asocia las variables de estudio mediante un patrón de un grupo o población; y nosotros buscamos como objetivo principal la relación entre nuestras variables: Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente.

#### 4.2.3 Diseño de la Investigación.

Hernandez-Sampieri, R. (2014), nos menciona “el diseño es el plan o estrategia que debemos desarrollar para obtener la información de la investigación con el fin de responder al planteamiento, además, el diseño de la investigación cuantitativa se divide en dos: investigación experimental e investigación No experimental y la investigación no experimental la subdividimos en diseños transversales y diseños longitudinales” (pag. 129).

Nuestra investigación se realiza mediante el diseño no Experimental de corte transversal, ya que las variables no se manipularán, solo buscamos ver el comportamiento de una

variable sobre la otra y buscaremos observar y describir en qué medida se relaciona las dos variables en estudio.

#### 4.2.4 Unidad de Análisis.

Hernandez-Sampieri (2018), nos dice que “la unidad de análisis es el tipo de caso que se elige para realizar el estudio. Frecuentemente puede ser la misma que la unidad de muestreo, ya que la final genera o produce datos para los procedimientos estadísticos, pero solo en algunos casos u ocasiones pueden ser distintos” (pag. 198)

La unidad de análisis serán los clientes de la empresa CEVA FREIGHT MANAGEMENT LOGISTICA DE CHILE LTDA.

#### 4.2.5 Método de la Investigación.

El método de la investigación que utilizaremos es deductivo ya que nos permite un pensamiento partiendo desde lo general hacia lo específico.

### 4.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

#### 4.3.1 Población.

La población del presente trabajo de investigación son los 240 clientes del departamento de importación aérea de la empresa Ceva Freight Management Logistica de Chile Ltda, los cuales contratan servicios de importación según el nicho de mercado donde se encuentren enfocados.

#### 4.3.2 Muestra.

La muestra de la investigación se extrae de un grupo de clientes del área de importación aérea de la empresa Ceva Freight Management Logistica de Chile Ltda, en este caso usaremos un muestreo no probabilístico o por conveniencia, basándonos en la Ley de Pareto, donde tomaremos el 20% de los clientes que importen el 80% del volumen de

toneladas anuales del departamento de importación aérea de Ceva Logistics durante el periodo 2022, por tal motivo la unidad de estudio está compuesto por 48 clientes.

Tabla 2: Principales Clientes Ceva Logistics, Año 2022.

Principales Clientes
DELL COMPUTER DE CHILE LIMITADA
APPLE CHILE COMERCIAL LTDA
SANDVIK CHILE S.A.
KENDALL CHILE
NATURA COSMETICOS S.A.
COMERCIAL KENDALL CHILE LTDA
ANOVO ANDES S.A.
CIA. MINERA DEL PACIFICO S.A.
IMPORTADORA DILACO SA
NORMET CHILE LTDA.
PHILIPS CHILENA S.A.
DISTRIBUIDORA DE ALIMENTOS GLOBE
TE CONNECTIVITY CHILE LTDA
ERICSSON CHILE S.A.
HENKEL CHILE LTDA
KORTHO CHILE S A
IMPORTADORA Y DISTRIBUIDORA
IMFLUID LIMITADA
CONVATEC CHILE S.A.
HIDRAULICA GLOBAL LIMITADA.
SAMSUNG SDS GLOBAL SCL CHILE
GENERAL MOTORS CHILE INDUSTRIA AUTO
ABB S.A
ANDOVER ALIANZA MEDICA SA
CANON CHILE S.A.
THALES INTERNATIONAL CHILI LTDA
REF GEOPROSPEC SA

SCHOLLE IPN SPA
FIELD CORE SERVICE SOLUTIONS INTERNA
SERVICIOS AEROPORTUARIOS
ELECTROLUX DE CHILE S.A.
SIGNIFY CHILENA S.A.
IMP Y DISTRIBUIDORA SATORI LTDA
HINODE CHILE SPA
PRO JET EQUIPAMIENTO AGRICOLA SPA
IMPORTADORA M&S SPA
HUAWEI CHILE SA
PLASTICENTRO S.A.
EL MADEJERO SPA
ROBERT BOSCH S.A.
INTERGRAFICACHILE SPA
PHILIPS CHILENA S.A. UPS SUPPLY
SOL ALPACA CHILE SPA
EMBOTELLADORA ANDINA S.A.
AGUILAR Y COMPANIA LIMITADA
LATAM AIRLINES GROUP S.A.
CRISTALERIAS DE CHILE S.A.
IMPORTADORA Y EXPORTADORA IMPOMAK

Fuente: Elaboración Propia

#### 4.4 TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Hernandez-Sampieri, R. (2014), “la técnica o instrumento más utilizado para la recolección de datos es el cuestionario” (pag.217).

Nosotros usaremos la técnica de encuesta y como instrumento el cuestionario para la recolección de datos, ya que se orienta a preguntas y respuestas relacionado a lo que los encuestados saben del tema y así podremos obtener información para codificar y analizar.

#### 4.4.1 El método de medición.

Usaremos como método de medición la escala de Likert, ya que es una herramienta de medición psicológica que nos permitirá saber el nivel de acuerdo o desacuerdo con las preguntas establecidas en el cuestionario hacia los clientes encuestados.

### 4.5 TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN

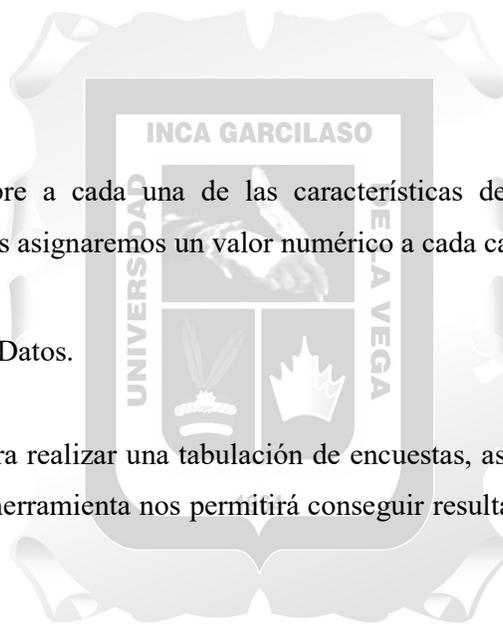
Excel: utilizaremos Excel como técnica para el procesamiento de información ya que con esta técnica se podrá tener la información de análisis mucho más fácil. La cual será manejado de la siguiente manera:

#### 4.5.1 Codificación.

Se asignará un nombre a cada una de las características de las variables para su identificación. Después asignaremos un valor numérico a cada categoría.

#### 4.5.2 Tabulación de Datos.

Usaremos el Excel para realizar una tabulación de encuestas, así contar y organizar los datos obtenidos, esta herramienta nos permitirá conseguir resultados numéricos para las variables en estudio.



## CAPITULO V: RESULTADOS

### 5.1 APLICACIÓN DE LA PROPUESTA DE SOLUCIÓN

Para desarrollar la encuesta usamos el aplicativo de Formularios en Google Form, con el fin de recopilar datos de manera más interactiva y rápida.

Después usamos Excel como soporte para la tabulación de datos y generación de tablas y gráficos.

### 5.2 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

La técnica de encuesta nos permitió obtener resultados de análisis de la muestra, por lo cual mediante tablas y gráficos obtuvimos resultados que nos permitieron la interpretación de cada gráfico basado en el cuestionario.

#### 5.2.1 Calidad de Servicio.

Dimensión 1: Confiabilidad

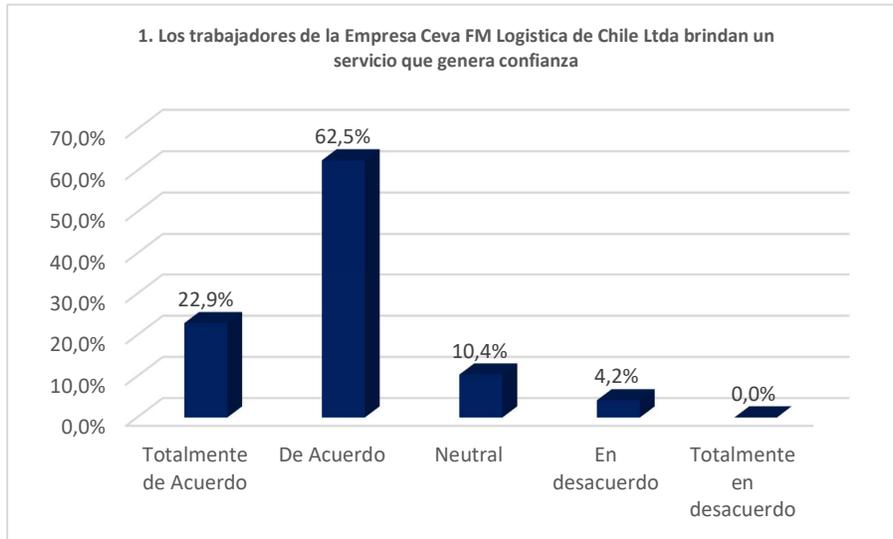
Pregunta 1: ¿Los trabajadores de la Empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda brindan un servicio que genera confianza?

Tabla 3: Los trabajadores de la Empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda brindan un servicio que genera confianza.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de Acuerdo	11	22,9%	22,9%	22,9%
De Acuerdo	30	62,5%	62,5%	85,4%
Neutral	5	10,4%	10,4%	95,8%
En desacuerdo	2	4,2%	4,2%	100,0%
Totalmente en desacuerdo	0	0,0%	0,0%	100,0%
Total	48	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración Propia

Figura 35: Los trabajadores de la Empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda brindan un servicio que genera confianza.



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Con respecto a nuestra muestra encuestada en la cual 48 clientes importadores de carga Aérea, que frecuentan los servicios de la empresa Ceva Freight Management Logistica de Chile Ltda., respecto a la confiabilidad que muestran los importadores frente al personal de la compañía, 22.9% (11) confirmaron estar totalmente de acuerdo; 62,5% (30) afirmaron estar de acuerdo, 10.4% (5) indicaron estar neutral, por último 4.2% (2) clientes afirmaron estar en desacuerdo. Lo que nos deja concluir que 85.4% de los encuestados SI tienen confianza de los servicios brindados por los colaboradores de la Empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda.

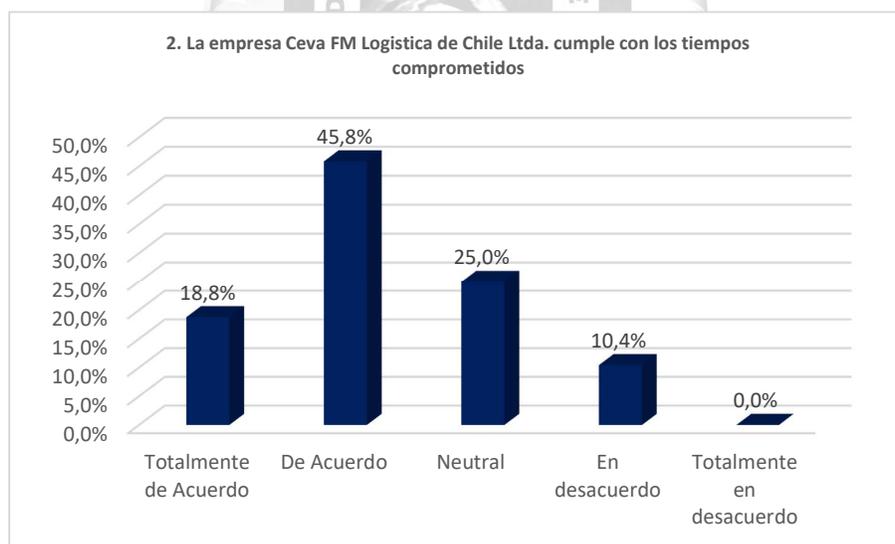
Pregunta 2: ¿La empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. cumple con los tiempos comprometidos?

Tabla 4: La empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. cumple con los tiempos comprometidos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de Acuerdo	9	18,8%	18,8%	18,8%
De Acuerdo	22	45,8%	45,8%	64,6%
Neutral	12	25,0%	25,0%	89,6%
En desacuerdo	5	10,4%	10,4%	100,0%
Totalmente en desacuerdo	0	0,0%	0,0%	100,0%
Total	48	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración Propia

Figura 36: La empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. cumple con los tiempos comprometidos.



Fuente: Elaboración Propia

### Interpretación

Con respecto a nuestra muestra encuestada en la cual 48 clientes importadores de carga Aérea, que frecuentan los servicios de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda., respecto a si la empresa cumple con los tiempos comprometidos, 18.8% (9) confirmaron

estar totalmente de acuerdo, 45.8% (22) afirmaron estar de acuerdo, 25.0% (12) indicaron estar neutral y 10.4% (5) revelaron estar en desacuerdo. Lo que nos deja concluir que el 64.6% de los encuestados indicaron que la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda., SI cumple con los tiempos comprometidos.

#### Dimensión 2: Capacidad de respuesta

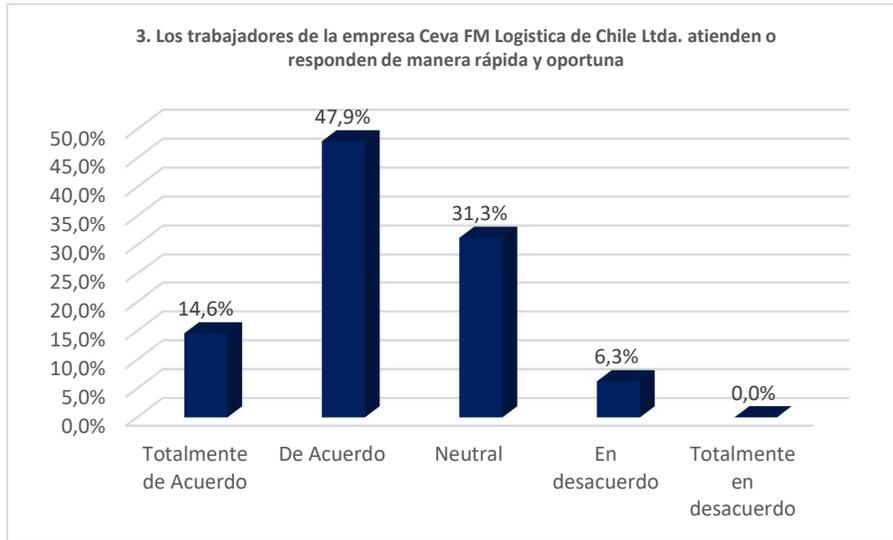
Pregunta 3: ¿Los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. atienden o responden de manera rápida y oportuna?

Tabla 5: Los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. atienden o responden de manera rápida y oportuna.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de Acuerdo	7	14,6%	14,6%	14,6%
De Acuerdo	23	47,9%	47,9%	62,5%
Neutral	15	31,3%	31,3%	93,8%
En desacuerdo	3	6,3%	6,3%	100,0%
Totalmente en desacuerdo	0	0,0%	0,0%	100,0%
Total	48	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración Propia

Figura 37: Los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. atienden o responden de manera rápida y oportuna.



Fuente: Elaboración Propia

#### Interpretación

Con respecto a nuestra muestra encuestada en la cual 48 clientes importadores de carga Aérea, que frecuentan los servicios de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda., respecto a si los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. atienden o responden de manera rápida y oportuna, 14,6% (7) confirmaron estar totalmente de acuerdo, 47,9% (23) afirmaron estar de acuerdo, 31,3% (15) indicaron estar neutral y 6,3% (3) revelaron estar en desacuerdo. Lo que nos deja concluir que el 62,5% de los encuestados indicaron que los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda., SI atienden o responden de manera rápida y oportuna.

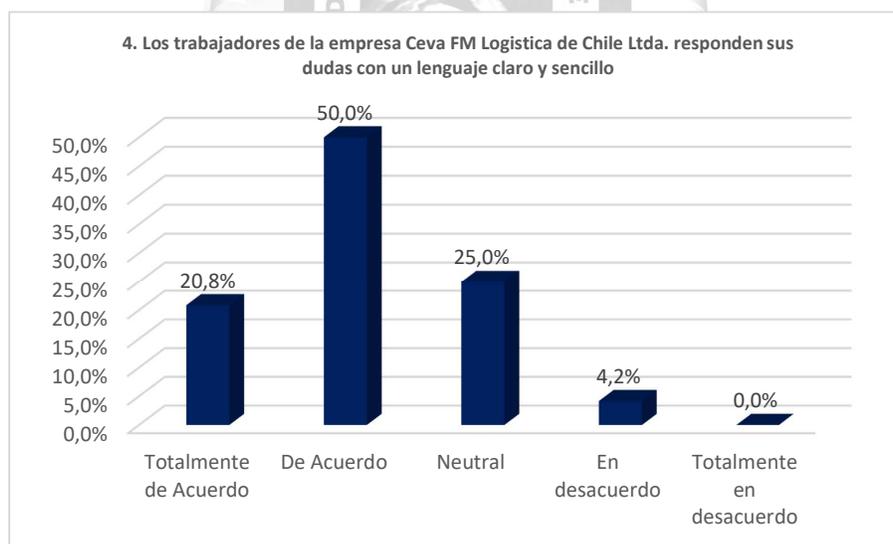
Pregunta 4: ¿Los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. responden sus dudas con un lenguaje claro y sencillo?

Tabla 6: Los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. responden sus dudas con un lenguaje claro y sencillo.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de Acuerdo	10	20,8%	20,8%	20,8%
De Acuerdo	24	50,0%	50,0%	70,8%
Neutral	12	25,0%	25,0%	95,8%
En desacuerdo	2	4,2%	4,2%	100,0%
Totalmente en desacuerdo	0	0,0%	0,0%	100,0%
Total	48	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración Propia

Figura 38: Los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. responden sus dudas con un lenguaje claro y sencillo.



Fuente: Elaboración Propia

### Interpretación

Con respecto a nuestra muestra encuestada en la cual 48 clientes importadores de carga Aérea, que frecuentan los servicios de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda., respecto a si los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. responden

sus dudas con un lenguaje claro y sencillo, 20.8% (10) confirmaron estar totalmente de acuerdo, 50.0% (24) afirmaron estar de acuerdo, 25.0% (12) indicaron estar neutral y 4.2% (2) revelaron estar en desacuerdo. Lo que nos deja concluir que el 70.8% de los encuestados indicaron que los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda., SI responden sus dudas con un lenguaje claro y sencillo.

### Dimensión 3: Seguridad

Pregunta 5: ¿Al contratar nuestro servicio de carga internacional aérea se siente seguro con el servicio brindado?

Tabla 7: Al contratar nuestro servicio de carga internacional aérea se siente seguro con el servicio brindado.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de Acuerdo	7	14,6%	14,6%	14,6%
De Acuerdo	28	58,3%	58,3%	72,9%
Neutral	12	25,0%	25,0%	97,9%
En desacuerdo	1	2,1%	2,1%	100,0%
Totalmente en desacuerdo	0	0,0%	0,0%	100,0%
Total	48	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración Propia

Figura 39: Al contratar nuestro servicio de carga internacional aérea se siente seguro con el servicio brindado.



Fuente: Elaboración Propia

#### Interpretación

Con respecto a nuestra muestra encuestada en la cual 48 clientes importadores de carga Aérea, que frecuentan los servicios de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda., respecto a si al contratar nuestro servicio de carga internacional aérea se siente seguro con el servicio brindado, 14.6% (7) confirmaron estar totalmente de acuerdo, 58.3% (28) afirmaron estar de acuerdo, 25.0% (12) indicaron estar neutral y 2.1% (1) revelaron estar en desacuerdo. Lo que nos deja concluir que el 72.9% de los encuestados indicaron que, al contratar nuestro servicio de carga internacional aérea, SI se sienten seguros con el servicio brindado.

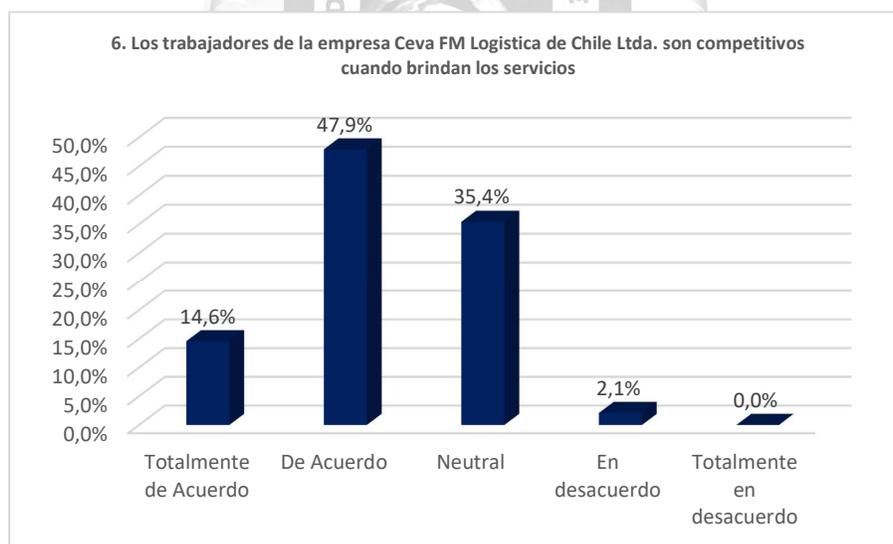
Pregunta 6: ¿Los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. son competitivos cuando brindan los servicios?

Tabla 8: Los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. son competitivos cuando brindan los servicios.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de Acuerdo	7	14,6%	14,6%	14,6%
De Acuerdo	23	47,9%	47,9%	62,5%
Neutral	17	35,4%	35,4%	97,9%
En desacuerdo	1	2,1%	2,1%	100,0%
Totalmente en desacuerdo	0	0,0%	0,0%	100,0%
Total	48	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración Propia

Figura 40: Los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. son competitivos cuando brindan los servicios.



Fuente: Elaboración Propia

### Interpretación

Con respecto a nuestra muestra encuestada en la cual 48 clientes importadores de carga Aérea, que frecuentan los servicios de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda., respecto a que si perciben que los trabajadores de la empresa son competitivos cuando

brindan los servicios, 14.6% (7) confirmaron estar totalmente de acuerdo, 47.9% (23) afirmaron estar de acuerdo, 35.4% (17) indicaron estar neutral y 2.1% (1) revelaron estar en desacuerdo. Lo que nos deja concluir que el 62.5% de los encuestados indicaron que SI perciben que los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. son competitivos cuando brindan los servicios.

#### Dimensión 4: Empatía

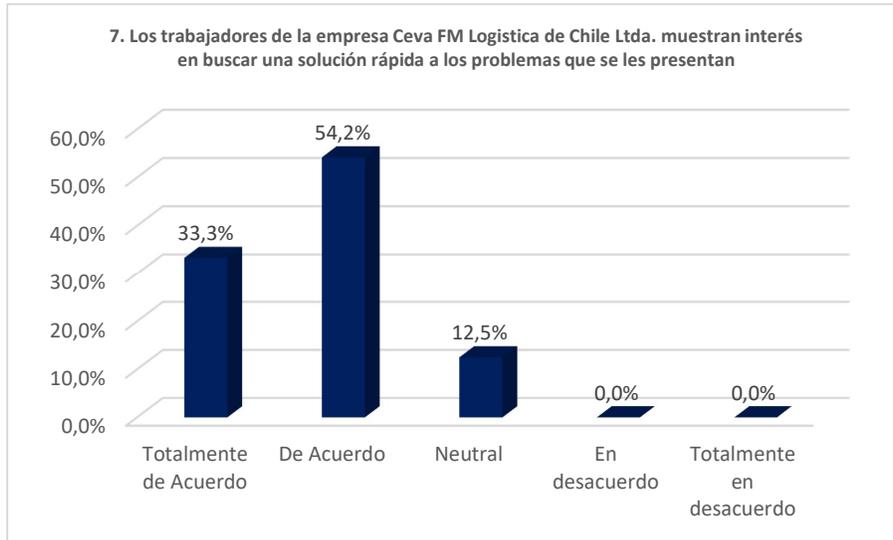
Pregunta 7: ¿Los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. muestran interés en buscar una solución rápida a los problemas que se les presentan?

Tabla 9: Los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. muestran interés en buscar una solución rápida a los problemas que se les presentan.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de Acuerdo	16	33,3%	33,3%	33,3%
De Acuerdo	26	54,2%	54,2%	87,5%
Neutral	6	12,5%	12,5%	100,0%
En desacuerdo	0	0,0%	0,0%	100,0%
Totalmente en desacuerdo	0	0,0%	0,0%	100,0%
Total	48	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración Propia

Figura 41: Los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. muestran interés en buscar una solución rápida a los problemas que se les presentan.



Fuente: Elaboración Propia

#### Interpretación

Con respecto a nuestra muestra encuestada en la cual 48 clientes importadores de carga Aérea, que frecuentan los servicios de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda., respecto a que si perciben que los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. muestran interés en buscar una solución rápida a los problemas que se les presentan, 33.3% (16) confirmaron estar totalmente de acuerdo, 54.2% (26) afirmaron estar de acuerdo y 12.5% (6) indicaron estar neutral. Lo que nos deja concluir que el 87.5% de los encuestados indicaron que SI perciben que los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. muestran interés en buscar una solución rápida a los problemas que se les presentan.

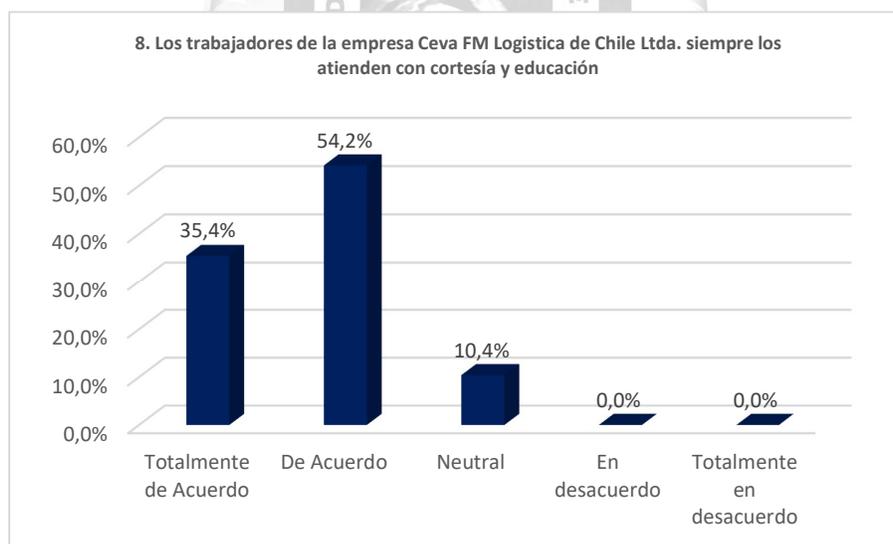
Pregunta 8: ¿Los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. siempre los atienden con cortesía y educación?

Tabla 10: Los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. siempre los atienden con cortesía y educación.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de Acuerdo	17	35,4%	35,4%	35,4%
De Acuerdo	26	54,2%	54,2%	89,6%
Neutral	5	10,4%	10,4%	100,0%
En desacuerdo	0	0,0%	0,0%	100,0%
Totalmente en desacuerdo	0	0,0%	0,0%	100,0%
Total	48	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración Propia

Figura 42: Los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. siempre los atienden con cortesía y educación.



Fuente: Elaboración Propia

### Interpretación

Con respecto a nuestra muestra encuestada en la cual 48 clientes importadores de carga Aérea, que frecuentan los servicios de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda., respecto a que, si perciben que los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile

Ltda. siempre los atienden con cortesía y educación, 35.4% (17) confirmaron estar totalmente de acuerdo, 54.2% (26) afirmaron estar de acuerdo y 10.4% (5) indicaron estar neutral. Lo que nos deja concluir que el 89.6% de los encuestados indicaron que SI perciben que los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda siempre los atienden con cortesía y educación.

#### Dimensión 5: Aspectos Tangibles.

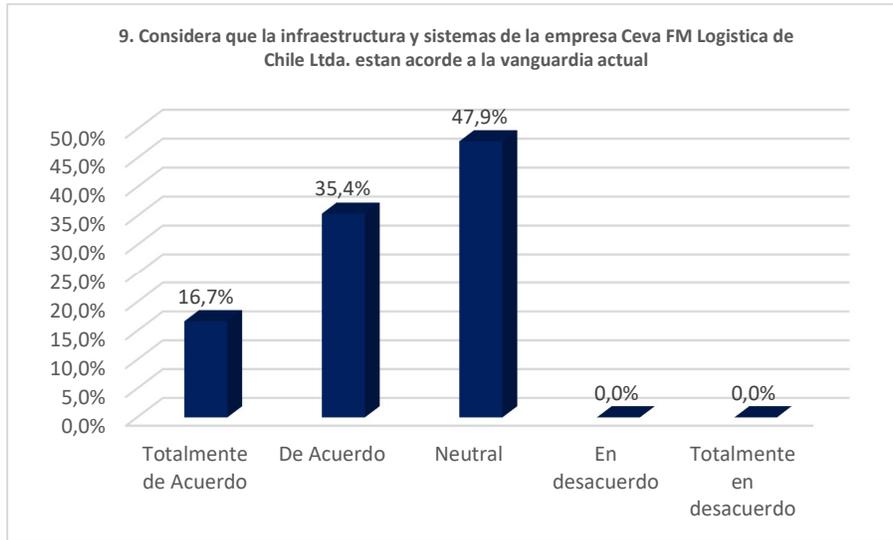
Pregunta 9: ¿Considera que la infraestructura y sistemas de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. están acorde a la vanguardia actual?

Tabla 11: Considera que la infraestructura y sistemas de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. están acorde a la vanguardia actual.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de Acuerdo	8	16,7%	16,7%	16,7%
De Acuerdo	17	35,4%	35,4%	52,1%
Neutral	23	47,9%	47,9%	100,0%
En desacuerdo	0	0,0%	0,0%	100,0%
Totalmente en desacuerdo	0	0,0%	0,0%	100,0%
Total	48	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración Propia

Figura 43: Considera que la infraestructura y sistemas de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. están acorde a la vanguardia actual.



Fuente: Elaboración Propia

#### Interpretación

Con respecto a nuestra muestra encuestada en la cual 48 clientes importadores de carga Aérea, que frecuentan los servicios de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda., respecto a que, si considera que la infraestructura y sistemas de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. están acorde a la vanguardia actual, 16.7% (8) confirmaron estar totalmente de acuerdo, 35.4% (17) afirmaron estar de acuerdo y 47.9% (23) indicaron estar neutral. Lo que nos deja concluir que el 52.1% de los encuestados indicaron que la infraestructura y sistemas de la empresa SI están acorde a la vanguardia actual.

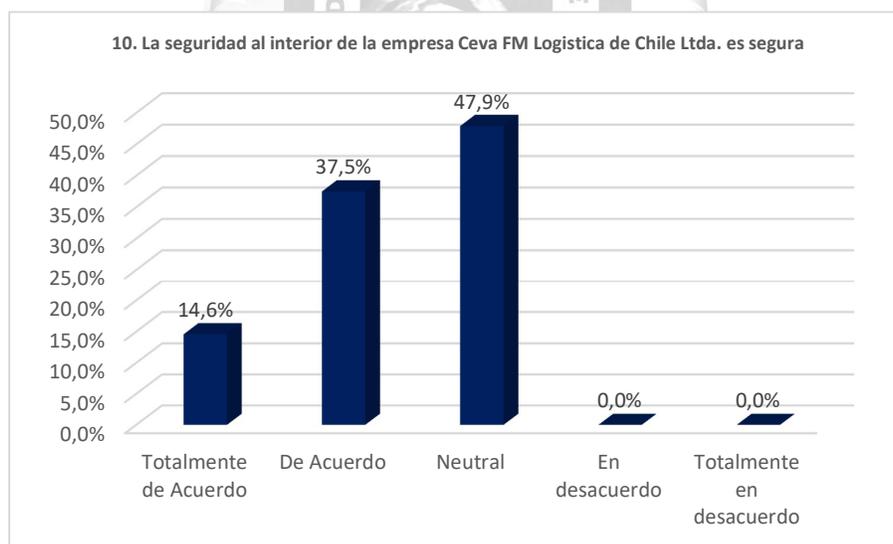
Pregunta 10: ¿La seguridad al interior de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. es segura?

Tabla 12: La seguridad al interior de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. es segura.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de Acuerdo	7	14,6%	14,6%	14,6%
De Acuerdo	18	37,5%	37,5%	52,1%
Neutral	23	47,9%	47,9%	100,0%
En desacuerdo	0	0,0%	0,0%	100,0%
Totalmente en desacuerdo	0	0,0%	0,0%	100,0%
Total	48	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración Propia

Figura 44: La seguridad al interior de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. es segura.



Fuente: Elaboración Propia

### Interpretación

Con respecto a nuestra muestra encuestada en la cual 48 clientes importadores de carga Aérea, que frecuentan los servicios de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda., respecto a que, si la seguridad al interior de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda.

es segura, 14.6% (7) confirmaron estar totalmente de acuerdo, 37.5% (18) afirmaron estar de acuerdo y 47.9% (23) indicaron estar neutral. Lo que nos deja concluir que el 52.1% de los encuestados indicaron que la seguridad al interior de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda., SI es segura.

## 5.2.2 Satisfacción del Cliente.

### Dimensión 1: Calidad Funcional Percibida.

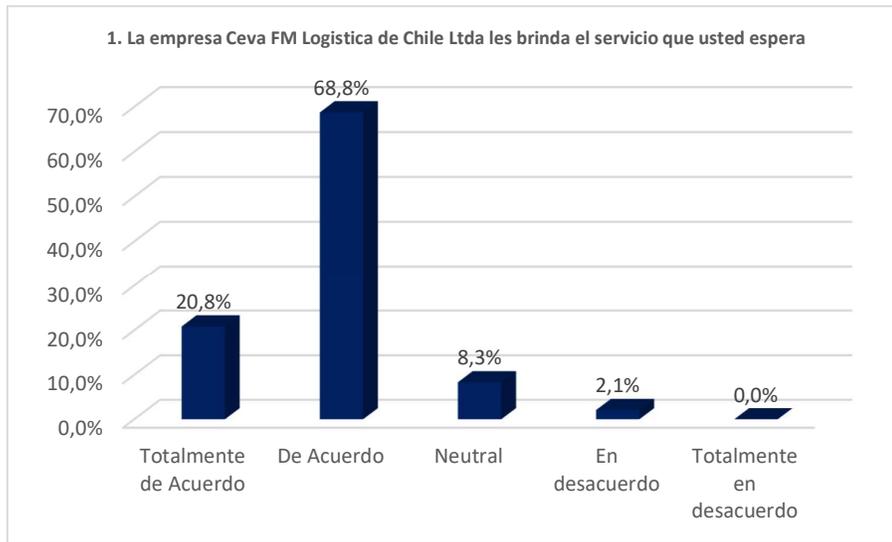
Pregunta 1: ¿La empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda les brinda el servicio que usted espera?

Tabla 13: La empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda les brinda el servicio que usted espera.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de Acuerdo	10	20,8%	20,8%	20,8%
De Acuerdo	33	68,8%	68,8%	89,6%
Neutral	4	8,3%	8,3%	97,9%
En desacuerdo	1	2,1%	2,1%	100,0%
Totalmente en desacuerdo	0	0,0%	0,0%	100,0%
Total	48	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración Propia

Figura 45: La empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda les brinda el servicio que usted espera.



Fuente: Elaboración Propia

#### Interpretación

Con respecto a nuestra muestra encuestada en la cual 48 clientes importadores de carga Aérea, que frecuentan los servicios de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda., respecto a que, si la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda les brinda el servicio que usted espera, 20.8% (10) confirmaron estar totalmente de acuerdo, 68.8% (33) afirmaron estar de acuerdo, 8.3% (4) indicaron estar neutral y 2.1% (1) indicaron estar en desacuerdo. Lo que nos deja concluir que el 89.6% de los encuestados indicaron que la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda., SI les brinda el servicio que esperan.

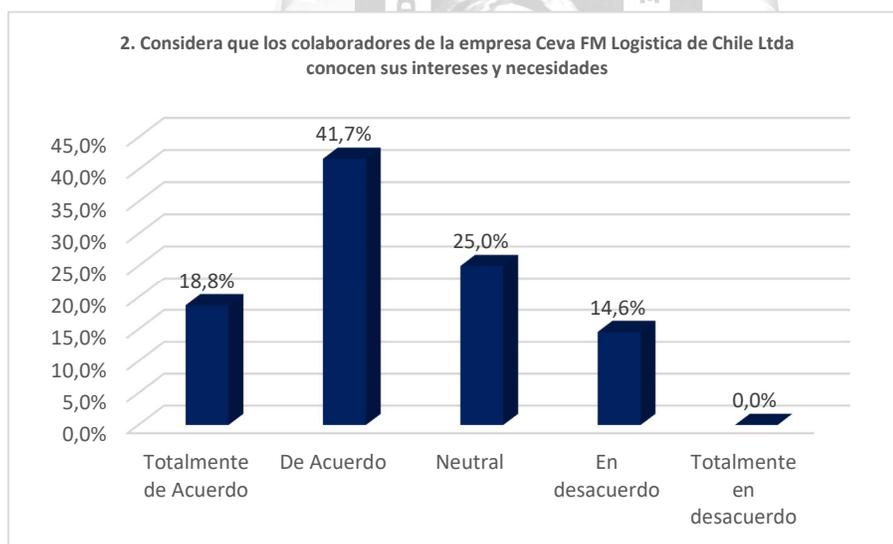
Pregunta 2: ¿Considera que los colaboradores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda conocen sus interés y necesidades?

Tabla 14: Considera que los colaboradores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda conocen sus interés y necesidades.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de Acuerdo	9	18,8%	18,8%	18,8%
De Acuerdo	20	41,7%	41,7%	60,4%
Neutral	12	25,0%	25,0%	85,4%
En desacuerdo	7	14,6%	14,6%	100,0%
Totalmente en desacuerdo	0	0,0%	0,0%	100,0%
Total	48	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración Propia

Figura 46: La empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda. cumple con los tiempos comprometidos.



Fuente: Elaboración Propia

### Interpretación

Con respecto a nuestra muestra encuestada en la cual 48 clientes importadores de carga Aérea, que frecuentan los servicios de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda., respecto considera que los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda

conocen sus intereses y necesidades, 18.8% (9) confirmaron estar totalmente de acuerdo, 41.7% (20) afirmaron estar de acuerdo, 25.0% (12) indicaron estar neutral y 14.6% (7) revelaron estar en desacuerdo. Lo que nos deja concluir que el 60.4% de los encuestados indicaron que los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda., SI conocen sus intereses y necesidades.

#### Dimensión 2: Calidad Técnica Percibida.

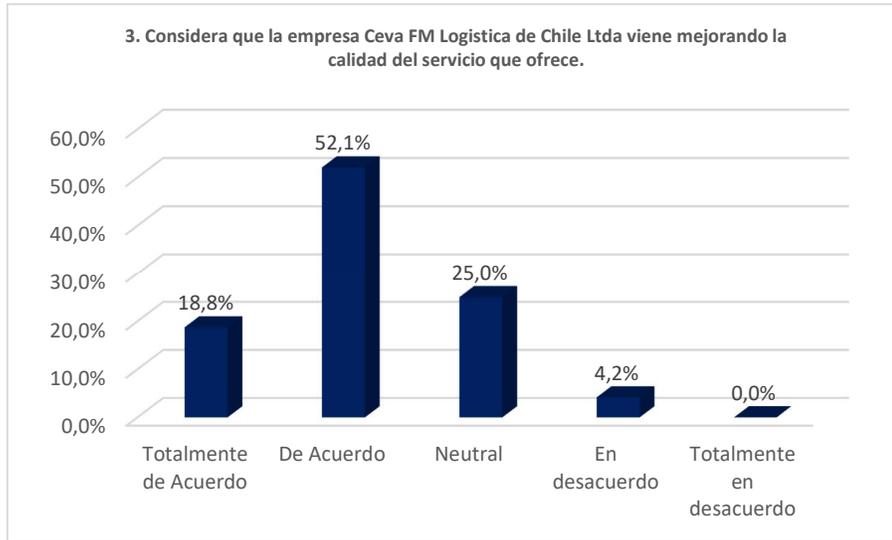
Pregunta 3: ¿Considera que la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda viene mejorando la calidad del servicio que ofrece?

Tabla 15: Considera que la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda viene mejorando la calidad del servicio que ofrece.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de Acuerdo	9	18,8%	18,8%	18,8%
De Acuerdo	25	52,1%	52,1%	70,8%
Neutral	12	25,0%	25,0%	95,8%
En desacuerdo	2	4,2%	4,2%	100,0%
Totalmente en desacuerdo	0	0,0%	0,0%	100,0%
Total	48	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración Propia

Figura 47: Considera que la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda viene mejorando la calidad del servicio que ofrece.



Fuente: Elaboración Propia

#### Interpretación

Con respecto a nuestra muestra encuestada en la cual 48 clientes importadores de carga Aérea, que frecuentan los servicios de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda., respecto a considera que la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda viene mejorando la calidad del servicio que ofrece, 18.8% (9) confirmaron estar totalmente de acuerdo, 52.1% (25) afirmaron estar de acuerdo, 25.0% (12) indicaron estar neutral y 4.2% (2) revelaron estar en desacuerdo. Lo que nos deja concluir que el 70.8% de los encuestados indicaron que empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda, SI viene mejorando la calidad del servicio que ofrece.

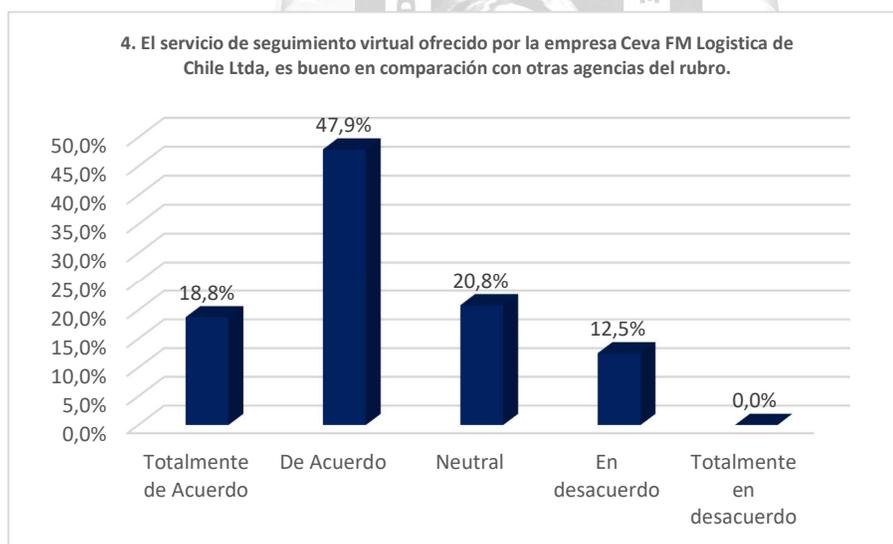
Pregunta 4: ¿El servicio de seguimiento virtual ofrecido por la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda, es bueno en comparación con otras agencias del rubro?

Tabla 16: El servicio de seguimiento virtual ofrecido por la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda, es bueno en comparación con otras agencias del rubro.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de Acuerdo	9	18,8%	18,8%	18,8%
De Acuerdo	23	47,9%	47,9%	66,7%
Neutral	10	20,8%	20,8%	87,5%
En desacuerdo	6	12,5%	12,5%	100,0%
Totalmente en desacuerdo	0	0,0%	0,0%	100,0%
Total	48	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración Propia

Figura 48: El servicio de seguimiento virtual ofrecido por la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda, es bueno en comparación con otras agencias del rubro.



Fuente: Elaboración Propia

### Interpretación

Con respecto a nuestra muestra encuestada en la cual 48 clientes importadores de carga Aérea, que frecuentan los servicios de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda., respecto a que si el servicio de seguimiento virtual ofrecido por la empresa Ceva FM

Logística de Chile Ltda, es bueno en comparación con otras agencias del rubro, 18.8% (9) confirmaron estar totalmente de acuerdo, 47.9% (23) afirmaron estar de acuerdo, 20.8% (10) indicaron estar neutral y 12.5% (6) revelaron estar en desacuerdo. Lo que nos deja concluir que el 66.7% de los encuestados indicaron que el servicio de seguimiento virtual ofrecido por la empresa Ceva FM Logística de Chile Ltda, SI es bueno en comparación de otras agencias del rubro.

### Dimensión 3: Valor Percibido

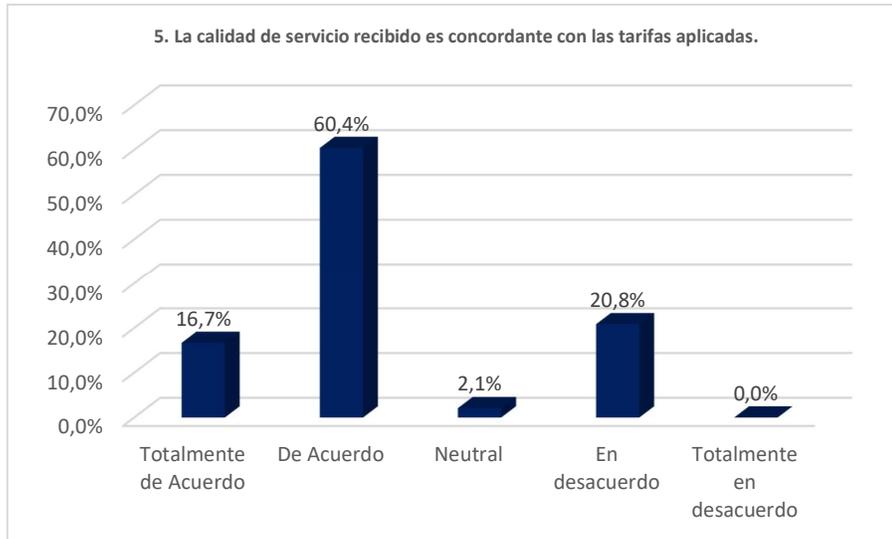
Pregunta 5: ¿La calidad de servicio recibido es concordante con las tarifas aplicadas?

Tabla 17: La calidad de servicio recibido es concordante con las tarifas aplicadas.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de Acuerdo	8	16,7%	16,7%	16,7%
De Acuerdo	29	60,4%	60,4%	77,1%
Neutral	1	2,1%	2,1%	79,2%
En desacuerdo	10	20,8%	20,8%	100,0%
Totalmente en desacuerdo	0	0,0%	0,0%	100,0%
Total	48	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración Propia

Figura 49: La calidad de servicio recibido es concordante con las tarifas aplicadas.



Fuente: Elaboración Propia

#### Interpretación

Con respecto a nuestra muestra encuestada en la cual 48 clientes importadores de carga Aérea, que frecuentan los servicios de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda., respecto a la calidad de servicio recibido es concordante con las tarifas aplicadas, 16.7% (8) confirmaron estar totalmente de acuerdo, 60.4% (29) afirmaron estar de acuerdo, 2.1% (1) indicaron estar neutral y 20.8% (10) revelaron estar en desacuerdo. Lo que nos deja concluir que el 77.1% de los encuestados indicaron que la calidad de servicio recibido, SI es concordante con las tarifas aplicadas.

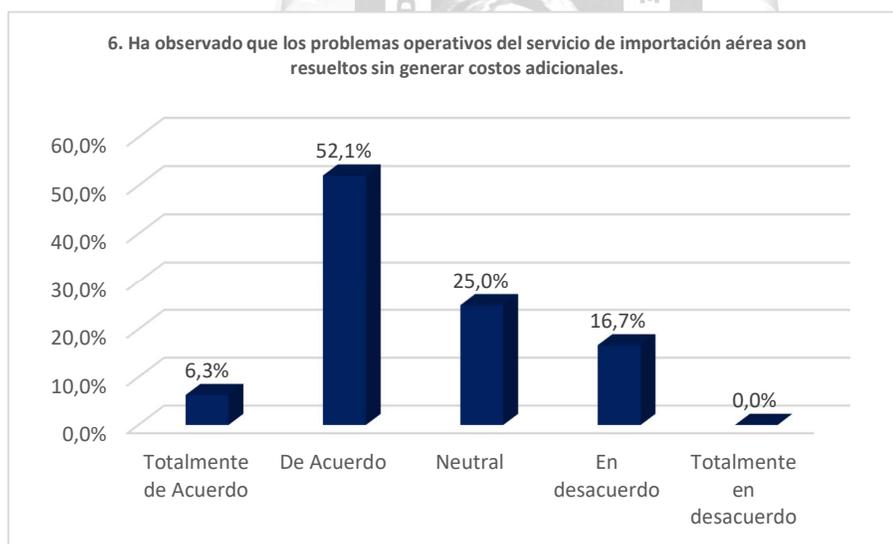
Pregunta 6: ¿Ha observado que los problemas operativos del servicio de importación aérea son resueltos sin generar costos adicionales?

Tabla 18: Ha observado que los problemas operativos del servicio de importación aérea son resueltos sin generar costos adicionales.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de Acuerdo	3	6,3%	6,3%	6,3%
De Acuerdo	25	52,1%	52,1%	58,3%
Neutral	12	25,0%	25,0%	83,3%
En desacuerdo	8	16,7%	16,7%	100,0%
Totalmente en desacuerdo	0	0,0%	0,0%	100,0%
Total	48	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración Propia

Figura 50: Ha observado problemas o inconvenientes con los servicios brindados por la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda.



Fuente: Elaboración Propia

### Interpretación

Con respecto a nuestra muestra encuestada en la cual 48 clientes importadores de carga Aérea, que frecuentan los servicios de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda., respecto a que, si ha observado que los problemas operativos del servicio de importación

aérea son resueltos sin generar costos adicionales, 6.3% (3) confirmaron estar totalmente de acuerdo, 52.1% (25) afirmaron estar de acuerdo, 25.0% (12) indicaron estar neutral y 16.7% (8) revelaron estar en desacuerdo. Lo que nos deja concluir que el 58.3% de los encuestados indicaron que SI han observado que los problemas operativos del servicio de importación aérea son resueltos sin generar costos adicionales.

#### Dimensión 4: Confianza

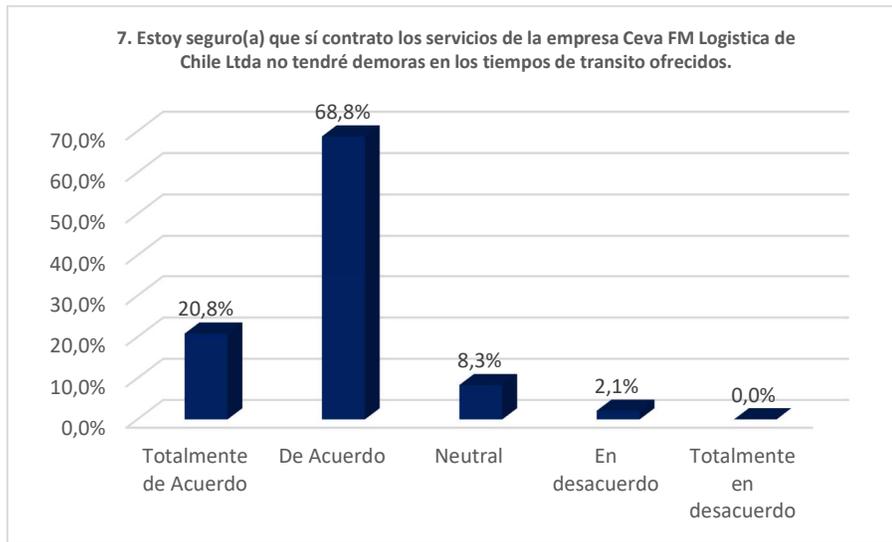
Pregunta 7: ¿Estoy seguro(a) que si contrato los servicios de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda no tendré demoras en los tiempos de transito ofrecidos?

Tabla 19: Estoy seguro(a) que si contrato los servicios de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda no tendré demoras en los tiempos de transito ofrecidos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de Acuerdo	10	20,8%	20,8%	20,8%
De Acuerdo	33	68,8%	68,8%	89,6%
Neutral	4	8,3%	8,3%	97,9%
En desacuerdo	1	2,1%	2,1%	100,0%
Totalmente en desacuerdo	0	0,0%	0,0%	100,0%
Total	48	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración Propia

Figura 51: Estoy seguro(a) que si contrato los servicios de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda no tendré demoras en los tiempos de transito ofrecidos.



Fuente: Elaboración Propia

#### Interpretación

Con respecto a nuestra muestra encuestada en la cual 48 clientes importadores de carga Aérea, que frecuentan los servicios de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda., respecto a que si los clientes están seguros de contratar los servicios de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda para no tener demoras en los tiempos de tránsitos ofrecidos, 20.8% (10) confirmaron estar totalmente de acuerdo, 68.8% (33) afirmaron estar de acuerdo, 8.3% (4) indicaron estar neutral y 2.1% (1) reveló estar en desacuerdo. Lo que nos deja concluir que el 89.6% de los encuestados indicaron que SI están de acuerdo en contratar los servicios de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda porque saben que cumplirán los tiempos de tránsito ofrecidos.

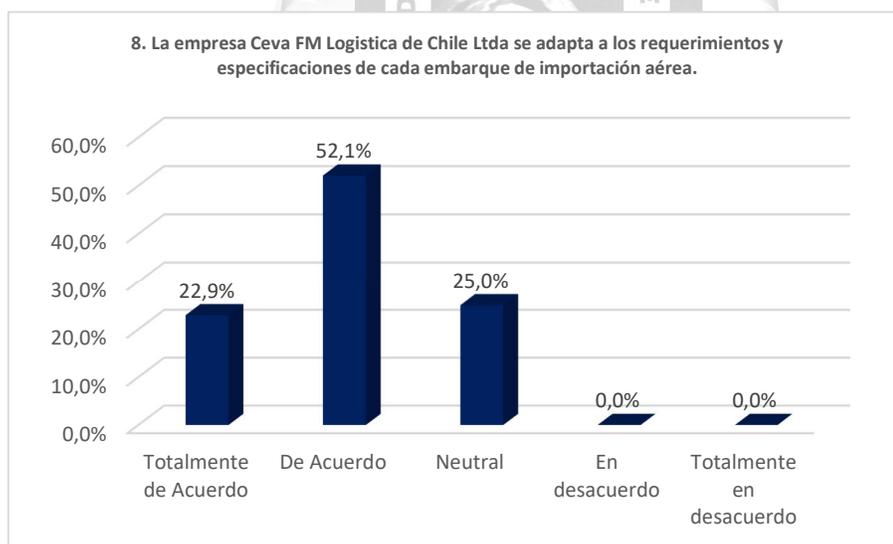
Pregunta 8: ¿La empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda se adapta a los requerimientos y especificaciones de cada embarque de importación aérea?

Tabla 20: La empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda se adapta a los requerimientos y especificaciones de cada embarque de importación aérea.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de Acuerdo	11	22,9%	22,9%	22,9%
De Acuerdo	25	52,1%	52,1%	75,0%
Neutral	12	25,0%	25,0%	100,0%
En desacuerdo	0	0,0%	0,0%	100,0%
Totalmente en desacuerdo	0	0,0%	0,0%	100,0%
Total	48	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración Propia

Figura 52: La empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda se adapta a los requerimientos y especificaciones de cada embarque de importación aérea.



Fuente: Elaboración Propia

### Interpretación

Con respecto a nuestra muestra encuestada en la cual 48 clientes importadores de carga Aérea, que frecuentan los servicios de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda., respecto a que, si la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda se adapta a los

requerimientos y especificaciones de cada embarque de importación aérea, 22.9% (11) confirmaron estar totalmente de acuerdo, 52.1% (25) afirmaron estar de acuerdo y 25.0% (12) indicaron estar neutral. Lo que nos deja concluir que el 75.0% de los encuestados indicaron que la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda, SI se adapta a los requerimientos y especificaciones de cada embarque de importación aérea.

Dimensión 5: Expectativas.

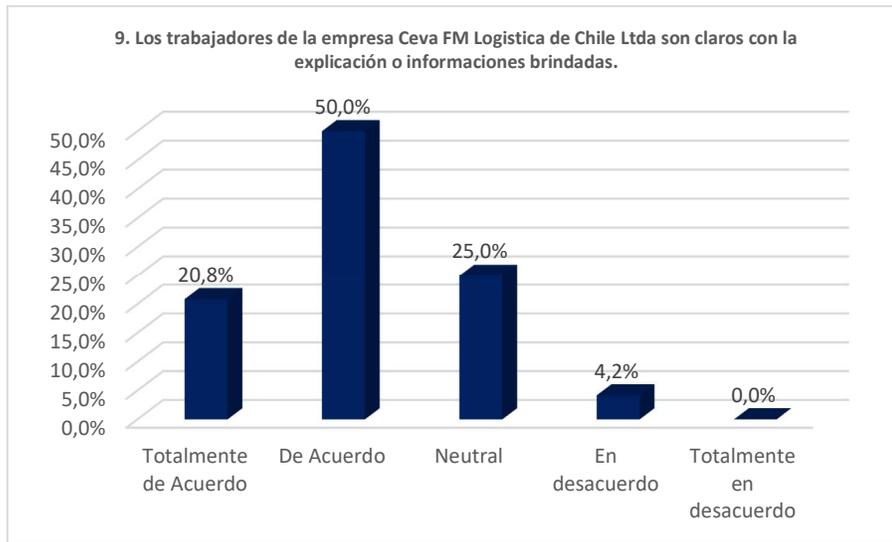
Pregunta 9: ¿Los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda son claros con la explicación o informaciones brindadas?

Tabla 21: Los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda son claros con la explicación o informaciones brindadas.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de Acuerdo	10	20,8%	20,8%	20,8%
De Acuerdo	24	50,0%	50,0%	70,8%
Neutral	12	25,0%	25,0%	95,8%
En desacuerdo	2	4,2%	4,2%	100,0%
Totalmente en desacuerdo	0	0,0%	0,0%	100,0%
Total	48	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración Propia

Figura 53: Los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda son claros con la explicación o informaciones brindadas.



Fuente: Elaboración Propia

#### Interpretación

Con respecto a nuestra muestra encuestada en la cual 48 clientes importadores de carga Aérea, que frecuentan los servicios de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda., respecto a que, si los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda son claros con la explicación o informaciones brindadas, 20.8% (10) confirmaron estar totalmente de acuerdo, 50.0% (24) afirmaron estar de acuerdo, 25.0% (12) indicaron estar neutral y 4.2% (2) revelaron estar en desacuerdo. Lo que nos deja concluir que el 70.8% de los encuestados indicaron que los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda, SI son claros con la explicación o informaciones que brindan.

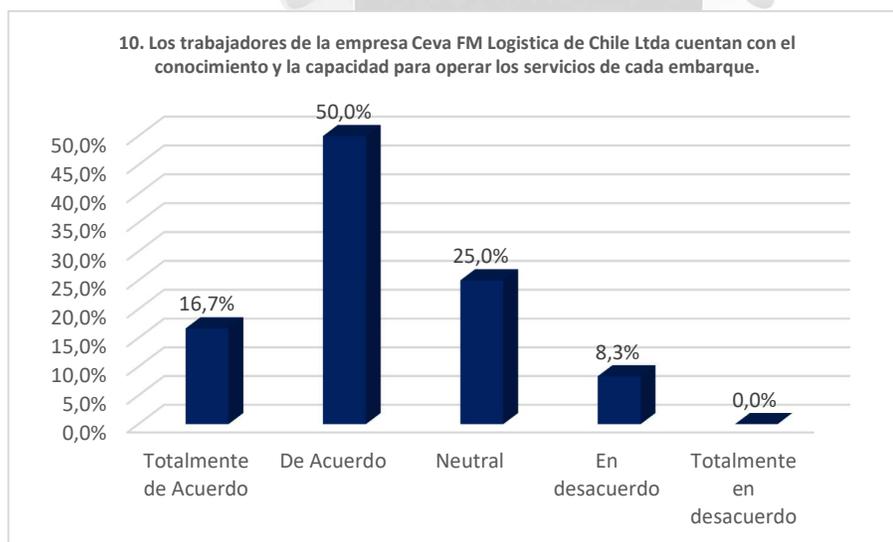
Pregunta 10: ¿Los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda cuentan con el conocimiento y la capacidad para operar los servicios de cada embarque?

Tabla 22: Los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda cuentan con el conocimiento y la capacidad para operar los servicios de cada embarque.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de Acuerdo	8	16,7%	16,7%	16,7%
De Acuerdo	24	50,0%	50,0%	66,7%
Neutral	12	25,0%	25,0%	91,7%
En desacuerdo	4	8,3%	8,3%	100,0%
Totalmente en desacuerdo	0	0,0%	0,0%	100,0%
Total	48	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración Propia

Figura 54: Los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda cuentan con el conocimiento y la capacidad para operar los servicios de cada embarque.



Fuente: Elaboración Propia

### Interpretación

Con respecto a nuestra muestra encuestada en la cual 48 clientes importadores de carga Aérea, que frecuentan los servicios de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda., respecto a que los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda cuentan con el conocimiento y la capacidad para operar los servicios de cada embarque, 16.7% (8) confirmaron estar totalmente de acuerdo, 50.0% (24) afirmaron estar de acuerdo, 25.0% (12) indicaron estar neutral y 8,3% (4) revelaron estar en desacuerdo. Lo que nos

deja concluir que el 66.7% de los encuestados indicaron que los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda, SI cuentan con el conocimiento y la capacidad para operar los servicios de cada embarque.



## CONCLUSIONES

1. El servicio brindado en el departamento de Importación Aérea por la empresa Ceva Freight Management Logistica de Chile Ltda demuestra un buen nivel de confianza por el cumplimiento de los compromisos establecidos, esto logra cumplir las expectativas de la mayoría de los clientes y la percepción que transmiten es buena, ya que los colaboradores están centrados en brindar un buen servicio y cumpliendo los procesos en los tiempos establecidos.
2. La empresa Ceva Freight Management Logistica de Chile Ltda en el departamento de Importación Aérea tiene una buena comunicación efectiva, las expectativas de los clientes tienden a ser muy altas en este punto, pero los colaboradores han demostrado cumplir con las expectativas de los clientes manteniendo información constante sobre el proceso a los clientes, comunicándose con los mismos al presentarse eventualidades que generen un retraso a los tiempos ya establecidos para cada embarque.
3. Los clientes de la empresa Ceva Freight Management Logistica de Chile Ltda necesitan la seguridad que las personas que manejan sus embarques, tienen las competencias necesarias acorde al tipo de producto que están importando; y gracias a las capacitaciones constantes, los colaboradores del departamento de Importación Aérea han desarrollado habilidades para especializarse en sectores específicos y tipos de productos para cumplir con las expectativas del cliente sobre las competencias necesarias para manejar un embarque de manera prolija, por tal motivo se ha agregado valor, mediante la seguridad que transmitimos al cliente en el manejo de los embarques.
4. Los colaboradores del departamento de Importación Aérea de la empresa Ceva Freight Management Logistica de Chile Ltda, han demostrado tener la capacidad de resolver problemas sin generar extra costos ni demoras a los clientes y este punto cumple de buena manera con la expectativa de los clientes, ya que en un proceso logístico siempre aparecen imponderables que afectan de manera monetaria o en tiempos de demora a los clientes, y este objetivo cumple de buena manera con la expectativas de los clientes.

5. En conclusión, las variables “Calidad de Servicio” y “Satisfacción del cliente” tienen una relación directa, acorde a los resultados de las encuestas podemos concluir que a mayor calidad de servicio abordando las dimensiones que esta variable presenta, mayor será la satisfacción que los clientes generan al recibir los servicios que brinda el departamento de Importación Aérea de la empresa Ceva Freight Management Logística de Chile Ltda.



## RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a la empresa Ceva Freight Management Logistica de Chile Ltda, generar reuniones periódicas con los clientes y los colaboradores, para revisar y medir el cumplimiento de los compromisos y generar encuestas para medir la satisfacción del cliente.
2. Se recomienda a la empresa Ceva Freight Management Logistica de Chile Ltda capacitar a sus colaboradores en programas de comunicación efectiva y manejo de conflictos, para que los colaboradores puedan manejar una comunicación correcta dependiendo de la situación.
3. Se recomienda a la empresa Ceva Freight Management Logistica de Chile Ltda mantener un programa de Capacitación constante y de actualización de procesos logísticos y aduanales, para concientizar a los colaboradores que la empresa se enfoca en tener un equipo especializado acorde al nicho de negocio en el que se desempeñan los clientes.
4. Se recomienda a la empresa Ceva Freight Management Logistica de Chile Ltda establecer un proceso de escalamiento para resolución de problemas operativos, con el fin de priorizar la resolución del problema en el menor tiempo posible y no generar extra costos al cliente ni demoras en los procesos, ya que este punto es el diferenciador que espera un cliente al momento de presentarse un inconveniente.
5. Se recomienda a la empresa Ceva Freight Management Logistica de Chile generar programas de capacitación y motivación a los colaboradores del departamento de Importación Aérea, para desarrollar sus habilidades, competencias y enfocarlos en incrementar el nivel de calidad de servicio, de esta manera se beneficiará a la empresa con la retención de los clientes.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Benavides C. y Quintana C. (2015), “Gestión del Conocimiento y Calidad Total”. Recuperado de: [Gestión del conocimiento y calidad total - Benavides Velasco, Carlos A., Quintana García, Cristina - Google Libros](#)

Ceva Logistics (2022), “Misión y Misión”. Recuperado de: [Our vision & mission - CEVA Logistics](#)

Ceva Logistics (2022), “Nuestros Valores”. Recuperado de: [Our values - CEVA Logistics](#)

Ceva Logistics (2022), “Nuestra historia”. Recuperado de: [CEVA Logistics History : Contract logistics & Freight Management](#)

Chavez Lopez, Rosa Palmira (2020), “Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la empresa Alepharma S.A.C., Trujillo 2020”. Recuperado de: [Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la empresa Alepharma S.A.C. \(upn.edu.pe\)](#)

Dr. Juan M. Miyahira Arakaki (2008), “Criterios de calidad de las revistas científicas”, Revista Médica Herediana. Recuperado de: [Criterios de calidad de las revistas científicas. \(scielo.org.pe\)](#)

Hernández Sampieri, R., Fernández, C., & Pilar Baptista, L. (2014). “Metodología de la investigación” (6a. ed.), Recuperado de: [Metodología de la investigación - Sexta Edición \(uca.ac.cr\)](#)

Hernandez Sampieri, R & Mendoza Torres, Christian P. (2018). “Metodología de la investigación: Las rutas Cuantitativa, Cualitativa y mixta”. Recuperado de: [Metodología de la Investigación. Las Rutas Cuantitativa, Cualitativa y Mixta \(mediterraneo.cl\)](#)

Jorge Benzaquen (2018), “La ISO 9001 y la administración de la calidad total en las Empresas Peruanas”, CENTRUM Católica Graduate Business School - Pontificia Universidad Católica del Perú, Recuperado de: [La ISO 9001 y la administración de la calidad total en las empresas peruanas \(scielo.org.co\)](#)

La Ley General de Aduanas Decreto Legislativo N° 1053 – 2008/EF: [Decreto Legislativo N.º 1053 - Normas y documentos legales - Ministerio de Economía y Finanzas - Gobierno del Perú \(www.gob.pe\)](#)

Masaaki, Imai (1992), “Kaizen. La Clave de la Ventaja Competitiva Japonesa”. Recuperado de: [Kaizen : la clave de la ventaja competitiva japonesa - Masaaki Imai - Google Libros](#)

Mendoza López Sandoval Poveda & Sequeira Ortega (2019), “Satisfacción de los clientes y usuarios del puerto de Corinto en función de la calidad del servicio a través del modelo SERVQUAL, durante el período septiembre 2016 a junio 2017”. Recuperado de: [Repositorio Institucional, UNAN-León: Satisfacción de los clientes y usuarios del puerto de corinto en función de la calidad del servicio a través del modelo SERVQUAL, durante el período septiembre 2016 a junio 2017 \(unanleon.edu.ni\)](#)

Norman Loayza (2020), “Causas y consecuencias de la informalidad en el Perú”, Estudios Económicos, pp. 47. Recuperado de: [\(PDF\) Causas y consecuencias de la informalidad en el Perú 1 | Johnny VL - Academia.edu](#)

Orellana Bravo & Silva Alvarado (2017), “Diseño de un plan de capacitación sobre la calidad total y el desempeño de los agentes de aduana en Guayaquil”. Recuperado de: [ORELLANA-SILVA.pdf \(ug.edu.ec\)](#)

Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1985). “A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research”. Recuperado de: [A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research - A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, Leonard L. Berry, 1985 \(sagepub.com\)](#)

Peiró, Rosario (2018). “Satisfacción del cliente”. Recuperado de: [Satisfacción del cliente - Qué es, definición y concepto | 2023 | Economipedia](#)

Proceso de Operaciones Aéreas, Ceva Logistics. Recuperado de: [Air \(logistics.corp\)](#)

Proceso de Operaciones Marítimas, Ceva Logistics. Recuperado de: [Ocean \(logistics.corp\)](http://Ocean(logistics.corp))

Regina Jiménez (2020), “Calidad del Servicio, Satisfacción y lealtad de estudiantes universitarios peruanos”. Recuperado de: [Vista de Calidad del servicio, satisfacción y lealtad de estudiantes universitarios peruanos \(ucf.edu.cu\)](http://Vista de Calidad del servicio, satisfacción y lealtad de estudiantes universitarios peruanos (ucf.edu.cu))

Salazar, J. (2017), “El marketing relacional para mejorar la fidelización de los clientes”. Recuperado de: [El marketing relacional para mejorar la fidelización de los clientes en las cooperativas de ahorro y crédito del cantón Latacunga- Ecuador - Dialnet \(unirioja.es\)](http://El marketing relacional para mejorar la fidelización de los clientes en las cooperativas de ahorro y crédito del cantón Latacunga- Ecuador - Dialnet (unirioja.es))

Solange Brenda Villanueva Baldeón (2019), “Operaciones aduaneras y la satisfacción del cliente en la empresa TLI Aduanas S.A.C – Lima, 2019”. Recuperado de: [Villanueva\\_BSB-SD.pdf \(ucv.edu.pe\)](http://Villanueva_BSB-SD.pdf (ucv.edu.pe))



## ANEXOS

### Anexo I: Encuesta Variable 1

Variable Variable independiente:	1	Calidad de Servicio				
Población	Los Clientes de la Empresa Ceva Freight Management Logística de Chile Ltda.					
Ítem	Totalmente de Acuerdo	De Acuerdo	Neutral	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
1. Los trabajadores de la Empresa Ceva FM Logística de Chile Ltda brindan un servicio que genera confianza	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
2. La empresa Ceva FM Logística de Chile Ltda. cumple con los tiempos comprometidos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
3. Los trabajadores de la empresa Ceva FM Logística de Chile Ltda. atienden o responden de manera rápida y oportuna	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
4. Los trabajadores de la empresa Ceva FM Logística de Chile Ltda. responden sus dudas con un lenguaje claro y sencillo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
5. Al contratar nuestro servicio de carga internacional aérea se siente seguro con el servicio brindado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
6. Los trabajadores de la empresa Ceva FM Logística de Chile Ltda. son competitivos cuando brindan los servicios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
7. Los trabajadores de la empresa Ceva FM Logística de Chile Ltda. muestran interés en buscar una solución rápida a los problemas que se les presentan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
8. Los trabajadores de la empresa Ceva FM Logística de Chile Ltda. siempre los atienden con cortesía y educación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
9. Considera que la infraestructura y sistemas de la empresa Ceva FM Logística de Chile Ltda. están acorde a la vanguardia actual	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
10. La seguridad al interior de la empresa Ceva FM Logística de Chile Ltda. es segura	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

## Anexo II: Encuesta Variable 2

Variable Variable Dependiente	2	Satisfacción del Cliente				
Población	Los Clientes de la Empresa Ceva Freight Management Logistica de Chile Ltda.					
Ítem	Totalmente de Acuerdo	De Acuerdo	Neutral	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
1. La empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda les brinda el servicio que usted espera	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
2. Considera que los colaboradores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda conocen sus intereses y necesidades	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
3. Considera que la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda viene mejorando la calidad del servicio que ofrece.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
4. El servicio de seguimiento virtual ofrecido por la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda, es bueno en comparación con otras agencias del rubro.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
5. La calidad de servicio recibido es concordante con las tarifas aplicadas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
6. Ha observado que los problemas operativos del servicio de importación aérea son resueltos sin generar costos adicionales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
7. Estoy seguro(a) que sí contrato los servicios de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda no tendré demoras en los tiempos de transito ofrecidos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
8. La empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda se adapta a los requerimientos y especificaciones de cada embarque de importación aérea.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
9. Los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda son claros con la explicación o informaciones brindadas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
10. Los trabajadores de la empresa Ceva FM Logistica de Chile Ltda cuentan con el conocimiento y la capacidad para operar los servicios de cada embarque.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	