



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACION**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

## **TESIS**

**“IMPLEMENTACION DE POLÍTICAS DE MEJORA EN LOS SERVICIOS DE LOS  
OPERADORES LOGÍSTICOS DE CARGA AÉREA EN EL DEPARTAMENTO DE  
LIMA – PERÚ”**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**PRESENTADO POR: PACHECO LA ROSA LEYDI MAGALY**

**ICA - PERÚ  
2016**

## **Dedicatoria**

A mí padre Ike, que Dios lo tenga en su gloria, estoy seguro que desde arriba me iluminó en todo este camino, a mi madre Lourdes y a mis hermanos Berenisse y Jeison por su incondicional apoyo, paciencia, comprensión, empeño, fuerza, amor, por ser tal como son.

### **Agradecimientos**

La profesora Ericka Villamares Hernández, nuestra asesora, por su constante apoyo para desarrollar esta investigación. A todos los profesores de la Universidad Alas Peruanas que durante nuestros estudios universitarios nos han transmitido sus experiencias y enseñanzas.

## **Reconocimiento**

A mi labor y desempeño en calidad de investigador y a la asesora Ericka Villamares Hernández por su sapiencia en su asesoría desprendida.

## ÍNDICE

ÍNDICE .....	v
Índice de Figuras y Tablas .....	vii
Resumen .....	viii
Abstract .....	ix
INTRODUCCIÓN .....	x
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO .....	1
1.1 DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA .....	1
1.2 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....	3
1.2.1 DELIMITACIÓN ESPACIAL .....	3
1.2.2 DELIMITACIÓN SOCIAL .....	4
1.2.3 DELIMITACIÓN TEMPORAL .....	4
1.2.4 DELIMITACIÓN CONCEPTUAL .....	4
1.3 PROBLEMAS DE INVESTIGACIÓN .....	5
1.3.1 PROBLEMA PRINCIPAL .....	6
1.3.2 PROBLEMAS SECUNDARIOS .....	6
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	6
1.4.1 OBJETIVO GENERAL .....	6
1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	6
1.5 HIPÓTESIS Y VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN .....	7
1.5.1 HIPÓTESIS GENERAL .....	7
1.5.2 HIPÓTESIS SECUNDARIOS .....	7
1.5.3 VARIABLES .....	8

1.6	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	10
1.6.1	TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN .....	10
1.6.2	MÉTODO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....	11
1.6.3	POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN.....	12
1.6.4	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE LA RECOLECCIÓN DE DATOS .....	13
1.6.5	JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN .....	15
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....		17
2.1	ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN .....	17
2.2	BASES TEÓRICAS.....	20
2.2.1	Políticas Empresariales.....	20
2.2.2	Servicios De Operadores Logísticos .....	23
2.2.3	Carga Área.....	28
2.3	DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS .....	40
CAPÍTULO III: PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS .....		44
3.1	ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	44
3.1.1	Validez Interna .....	44
3.1.2	Validez Externa .....	48
3.1.3	Contratación de Hipótesis – Resultados .....	49
3.1.4	Resultados preliminares .....	58
3.2	CONCLUSIONES .....	81
3.3	RECOMENDACIONES .....	83
3.4	FUENTES DE INFORMACIÓN .....	85
3.5	ANEXOS.....	89
3.5.1	MATRIZ DE CONSISTENCIA .....	89
3.5.2	ENCUESTAS- CUESTIONARIOS- ENTREVISTAS .....	90

## **Índice de Figuras y Tablas**

### **Índice de Figuras**

Figura N° 1 – Procedimiento de solicitud de servicio de consultoría.....v	v
Figura N° 2 - Pasos para la formulación de una política empresarial. ....20	20
Figura N° 3 - Relación entre las políticas actuales de los operadores logísticos para la carga Aérea y la satisfacción del cliente.....73	73
Figura N° 4 - Políticas de servicio de los agentes de carga.....74	74
Figura N° 5 - Servicios que brindan los agentes de carga aérea.....75	75
Figura N° 6 - Problemas de los agentes de carga aérea .....76	76
Figura N° 7 - Grado de satisfacción del cliente .....77	77
Figura N° 8 - Implementación de políticas de mejora .....78	78

### **Índice de Tablas**

Tabla N° 1 - Clasificación de mercancías peligrosas.....33	33
Tabla N° 2 - Carga Área de Mayor Frecuencia .....34	34
Tabla N° 3 - Resultado de entrevista a los clientes – Clientes corporativos .....69	69
Tabla N° 4 - Resultado de Entrevista a los Operadores de Carga Aérea .....72	72
Tabla N° 5 - Respuestas a las Preguntas de Investigación .....79	79

## RESUMEN

La siguiente investigación cualitativa acerca de la implementación de políticas de mejora en los servicios de los operadores logísticos aéreos para la carga consolidada pretende determinar las deficiencias y los factores de deficiencia que se presentan en los operadores logísticos aéreos de Lima Metropolitana; ya que estas políticas influyen en la satisfacción de los usuarios y su predisposición para la utilización de este servicio.

Por un lado el diseño exploratorio y cualitativo se utilizó para complementar la información el diseño descriptivo cuantitativo. Se permitirá recolectar las vivencias y grado de satisfacción de los clientes acerca de cada uno de sus operadores, así como la perspectiva de los operadores acerca de los clientes y la perspectiva acerca de su servicio brindado específicamente en sus políticas que están direccionadas hacia el cliente y el grado de importancia que tiene cada política para los mismos.

Además, se realiza el planteo, delimitación y elaboración de herramientas para la adecuada implementación de mejora en los servicios teniendo en cuenta variables que si bien han sido tratadas en otras investigaciones aún no se les plantea solución alguna.

Palabras clave: Políticas de servicio, grado de satisfacción, competitividad, implementación de mejoras, determinación de problemas.



## ABSTRACT

The following qualitative investigation regarding the implementation of improvement policies in the aircraft logistic operators for the consolidated load aims to determine the deficiencies and the deficiency factors that presents in the aircraft logistic operators in the department of Metropolitan Lima; since these policies have influence in satisfying the users and their predisposition to use this service.

On one hand an exploratory and qualitative design was used to complement the information with a quantitative descriptive design. Wherein it will be possible to gather the experiences and satisfaction degrees of the clients regarding each of their operators, as well as the operators perspective about the clients and their perspective of the service provided specifically in the policies addressed to the client and the importance degree of each policy for them.

In addition, the exposition, delimitation and development of tools is made for the proper improvement implementation in the services considering variables that even though have been considered in other investigations, have not been solved yet.

**Key words:** Service policies, satisfaction degree, competitiveness, improvement implementation, problem identification.

## INTRODUCCIÓN

Las políticas de servicio que tienen los operadores logísticos son aquellas políticas que permiten delimitar y seguir el camino adecuado para brindar un servicio de calidad; es decir, como la empresa va a lograr sus objetivos propuestos.

En la actualidad muchos de las políticas con las que cuentan los operadores logísticos aéreos son políticas basadas en la rapidez del servicio, transparencia, trato personalizado, vocación de servicio, y tener un precio acorde al tipo de servicio que están brindando.

Una de las desventajas que tienen las políticas de servicio del sistema aéreo son el factor climático ya que los retrasos se dan por problemas con el clima, y genera incomodidad en los usuarios, ya que al utilizar el sistema aéreo quiere decir que necesitan que su envío llegue lo más pronto posible, generando incomodidad por parte de los usuarios. Otra de las desventajas es que los operadores muchas veces prometen actos o hechos que a futuro cuando los usuarios requieren el servicio no van a cumplir estableciéndoles una determinada hora de llegada de la mercancía, y no indicando a los usuarios que se pueden presentar costos adicionales con el servicio, esto genera que se presenten reclamos continuos por parte de los usuarios lo cual genera una saturación en el servicio entre reclamos de los usuarios y clientes que solicitan el servicio demorando al operador para atender ambos servicios.

Los objetivos de esta investigación son analizar las actuales políticas de servicio de los operadores logísticos para la carga consolidada aérea y cómo influyen estos en la satisfacción del cliente, determinar las políticas actuales de los agentes de carga aérea consolidada, identificar los servicios de los agentes de carga aérea, determinar los problemas que tienen los agentes de carga aérea, determinar el grado de satisfacción de los clientes y por último y el objetivo más importante de

esta investigación implementar las políticas de mejora en los servicios de los operadores logísticos aéreos para la carga consolidada aérea.

Para desarrollar esta investigación se utilizaron, por una parte, las entrevistas a profundidad tanto a los usuarios del servicio aéreo como a los operadores logísticos para poder recolectar una visión panorámica por ambos lados, además para complementar la investigación se realizó una encuesta, al igual que la entrevista, tanto para los clientes como para los operadores.

Esta investigación es importante porque, por un lado beneficiará a los operadores logísticos aéreos ya que esta información servirá como guía informativa y de control para los operadores logísticos que deseen implementar nuevas políticas en sus procesos o servicio permitiéndoles brindar un servicio de calidad y mejorar la imagen ante sus clientes cumpliendo sus expectativas, aumentando sus preferencias por el uso del servicio aéreo y beneficiará a los futuros y actuales usuarios del servicio aéreo ya que podrán obtener un mejor servicio por parte de los operadores

La siguiente investigación presenta en el capítulo I el planteamiento del problema, preguntas generales, preguntas específicas, así como también los objetivos generales y específicos y el impacto potencial de la investigación. En el capítulo II, se encuentran los antecedentes bibliográficos, las bases teóricas, y las hipótesis generales y específicas formuladas. En el capítulo III, se presenta las principales hipótesis. En el capítulo IV, se presenta el diseño de investigación, de determina la muestra y población, los instrumentos que se emplean y el procedimiento de la investigación, así como las técnicas para procesar y analizar los datos. En el capítulo IV, se muestra la administración del proyecto, los resultados de la investigación, la discusión de resultados obtenidos, la validez interna, externa, comparación de resultados con los antecedentes, contrastación con la hipótesis y la formulación de nuevas hipótesis.

Finalmente se tienen las conclusiones y recomendaciones, referencias bibliográficas y los apéndices correspondientes.

## **CAPITULO I: PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO**

### **1.1 DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA**

Dentro de la logística, el agente de carga aérea toma un rol más importante dentro de las operaciones logísticas en un mundo globalizado. Como es bien entendido en nuestra época, la globalización es uno de los pilares del cambio. La globalización nos presenta un nuevo entorno que tiene relación directa con los cambios en las empresas, la atención hacia la calidad de servicio y la satisfacción del cliente, factores claves que hacen que éstas puedan ser más competitivas.

El entorno que afectan a las empresas y su relación con la calidad de servicio y la satisfacción del cliente antes mencionado, se manifiesta por lo siguiente:

- Las iniciativas de las organizaciones para competir con mayor eficiencia y efectividad, en términos de calidad y la satisfacción, modifican las estructuras de la empresa, adecuándola a las exigencias y a los amplios cambios económicos, tales como la globalización de la economía o la estrecha competencia en los mercados nacionales e internacionales. Los cambios sociales y demográficos, tales como la reducción de las personas que llegan a una vida laboral activa y los cambios de valores de los trabajadores.
- Los asuntos vinculados a la disponibilidad de los recursos naturales, tales como la contaminación y los costos de energía.
- Los asuntos políticos, cruzan las fronteras entre países con diferente grado de desarrollo.

Según el Dr. Rubén Roberto Rico (1996) en su libro “Calidad estratégica total”, la calidad total se logra cuando el cliente se encuentra satisfecho al recibir el producto o servicio encomendado a la organización. Para lograr esto, se debe tener en cuenta las siguientes variables:

- Ambiente propicio: Una cultura uniforme compartida por toda la organización.
- Management: El corazón del sistema que busca la productividad.
- Empleador: Formaliza un compromiso sólido con el personal, motivándolo y reconociéndole sus esfuerzos.
- Proceso y herramientas del sistema: Formación del sistema y aporte de pasión para mejorarlo y mantenerlo.
- Planeamiento y control estratégico: Cambio en la estrategia empresarial y competitiva para medir el desempeño y hacer mejoras continuas.
- Proveedores: Cadena de valor a lo largo del proceso.
- Personal: Lealtad, identificación y colaboración permanente
- Consumidor: Debe ser planificado y protagonista en el diseño de la Calidad Total.

En la actualidad, el sector servicios es uno de los sectores económicos que más está creciendo a nivel global por lo que se considera que el mundo está ingresando, poco a poco, en la era industrial del servicio, respecto a la calidad y la relación que esta tiene con los servicios el usuario es el factor más importante ya que permite establecer una línea específica de implementación de calidad conocida como calidad de servicio.

Por otro lado y alineado a nuestro estudio, los operadores logísticos realizan sus actividades bajo un parámetro de gestión logística que se centran en el despacho a los usuarios en el lugar que se ha pactado y con la mayor calidad posible; es decir, que sus mercancías estén en perfecto estado y que estén en el tiempo solicitado. El logro de estas expectativas aumentan la ventaja competitiva en costos y tiempo de los operadores, lo que les permite retener a los usuarios y fidelizarlos de manera adecuada generando para ellos mismos mayores ingresos y

rentabilidad; para esto los operadores logísticos se plantean como un objetivo primordial la interacción de actividades es decir todas sus actividades están integradas y trabajan como una sola, manteniendo en el mejor de los casos una distribución física sincronizada (Ballou, 2004).

Es así, que en la actualidad y realidad de nuestro país, mucho de estos parámetros no son utilizados adecuadamente en el sistema aéreo generando insatisfacción de este tipo de servicio por parte de los clientes quienes prefieren en muchos casos utilizar otros sistemas que toman más tiempo pero que si cumple con sus expectativas, es así que si no se da o se propone una solución de mejora en el servicio logístico se reducirá la competitividad y el flujo de suministros para el transporte aéreo generándoles baja rentabilidad y un aumento en el uso de los demás tipos de sistemas ya sean marítimo o terrestre generando una saturación y reduciendo su eficiencia y competitividad en estos.

## **1.2 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.2.1 DELIMITACIÓN ESPACIAL**

Esta investigación recopilará y analizará la información referente al problema de la presente tesis sobre las políticas de servicios de los agentes de carga aérea y la satisfacción de los clientes que actualmente operan en el país.

Las principales empresas de carga aérea se encuentran ubicadas en la ciudad de Lima Metropolitana, donde se encuentra el principal Centro Aéreo Comercial y principal aeropuerto del país, con accesibilidad a sus oficinas principales y contacto con sus ejecutivos.

### **1.2.2 DELIMITACIÓN SOCIAL**

El grupo social objeto de estudio son las empresas agentes de servicio de carga aérea, sin hacer ninguna diferenciación por tipo o tamaño de empresa, el estudio se basa principalmente en la calidad del servicio.

Otro grupo principal, son los clientes de las agencias de carga aérea siendo empresas también, sin ninguna diferenciación en tamaño o tipo de empresa. De esta manera, se considera estas empresas como el cliente a evaluar su nivel de satisfacción en el servicio.

### **1.2.3 DELIMITACIÓN TEMPORAL**

El objeto de la investigación tomó como punto de partida el mes de mayo del 2016 hasta el mes de 15 del agosto del 2016, por considerar ser un periodo que permitirá establecer los objetivos planteados.

Se considera ese periodo, ya que se toma como referencia el número de despachos solicitados, número de reclamo, número de respuestas y observaciones en las agencias de carga aérea como información histórica.

### **1.2.4 DELIMITACIÓN CONCEPTUAL**

Esta investigación abarca dos conceptos fundamentales como las políticas de servicios de las empresas y la satisfacción del cliente en el sector de transporte de carga aérea.

En el campo del management, la calidad del producto o servicio es una característica fundamental de las empresas, ya que es la señal principal de todas las articulaciones de los diferentes procesos mostrados en un resultado.

En este contexto, esta investigación beneficiará a los actuales y futuros usuarios de los servicios de los operadores logísticos tanto aéreos como de otras modalidades, ya que mediante la implementación de políticas de mejora por parte de los operadores se lograra dar solución a los siguientes problemas:



- Altos costos de transporte y seguro internacional.
- Infraestructura aeroportuaria deficiente.
- Servicio de agencia de aduana lento e ineficiente.
- Peso de envío limitado, entre otros.

Así mismo, beneficiará a los operadores logísticos aéreos ya que esta información servirá como guía informativa y de control para los operadores logísticos que deseen implementar nuevas políticas en sus procesos o servicio. Permitirá brindar un servicio de calidad y mejorar la imagen ante sus clientes cumpliendo sus expectativas, aumentando sus preferencias por el uso del servicio aéreo y de esta forma los operadores logísticos aéreos podrá obtener una mayor cartera de clientes de comercio exterior, que aumentará la competitividad y rentabilidad tanto de los usuarios como de ellos mismos como operador logístico.

### **1.3 PROBLEMAS DE INVESTIGACIÓN**

Para el planteamiento del problema de investigación, se parte de los siguientes problemas observados de la revisión de la literatura y estudios anteriores relacionados a nuestro tema de tesis, tales como:

- Desconocimiento de las exigencias de los clientes.
- Alto índice de reclamos de los clientes.
- Incumplimiento de lo pactado entre el cliente y el agente de carga.
- Seguimiento post atención deficiente.
- Insatisfacción del cliente con respecto al servicio brindado por parte del agente de carga.

### **1.3.1 PROBLEMA PRINCIPAL**

¿De qué manera las políticas de servicio de los agentes de carga área mejorarían la satisfacción del cliente?

### **1.3.2 PROBLEMAS SECUNDARIOS**

El presente trabajo, pretende responder las siguientes interrogantes específicas:

1. ¿Cuáles son las actuales políticas de los agentes de carga aérea?
2. ¿Cuáles son los servicios que ofrecen actualmente los agentes de carga aérea?
3. ¿Cuáles son los problemas que se presentan en los agentes de carga aérea?
4. ¿Cuál es el grado de satisfacción que presentan los clientes?
5. ¿Cómo se implementan las políticas de mejora en los agentes de carga aérea?

## **1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

Para la siguiente investigación se utilizó en primer lugar un objetivo central o general para luego dar lugar a los objetivos específicos que responden lo que se pretende lograr con preguntas planteadas en el punto anterior.

### **1.4.1 OBJETIVO GENERAL**

Determinar las políticas de servicio de los agentes de carga aérea que influyen en la satisfacción del cliente.

### **1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

Los objetivos específicos son:

1. Identificar las políticas actuales de los agentes de carga aérea consolidada.
2. Identificar los servicios de los agentes de carga aérea.
3. Identificar los problemas que tienen los agentes de carga aérea.

4. Evaluar el grado de satisfacción de los clientes.
5. Implementar las políticas de mejora en los servicios de los operadores logísticos aéreos para la carga consolidada aérea.

## **1.5 HIPÓTESIS Y VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN**

Al igual que con los objetivos se utilizaron una hipótesis general y 5 hipótesis específicas.

### **1.5.1 HIPÓTESIS GENERAL**

Las actuales políticas de servicio de los operadores logísticos aéreos para la carga consolidada son factores clave que determinan el grado de satisfacción del usuario.

### **1.5.2 HIPÓTESIS SECUNDARIOS**

En la presente investigación se desprenden las siguientes hipótesis secundarias:

1. Las actuales políticas de servicio de los agentes de carga reducen la competitividad del cliente.
2. La calidad de servicio de los operadores logísticos actuales se correlacionan con la gestión de cartera de clientes.
3. Los actuales problemas que tienen los agentes de carga aérea consolidada no dependen de la calidad de servicio.
4. El grado de satisfacción del cliente está relacionado con el tipo de servicio brindando por el agente de carga aérea.
5. La implementación de mejora en las políticas de los operadores logísticos aéreos mejoraría su nivel de competitividad y satisfacción del cliente.

### **1.5.3 VARIABLES**

Entre las principales variables que se relacionan entre sí en la presente investigación tenemos:

#### **a) Políticas de servicio**

Las políticas de servicio son las herramientas que se diseñan para poder brindar un servicio de alta calidad; es decir, en el cual el cliente se encuentre total satisfacción. Para ello, es importante considerar el tiempo y la logística requerida para brindar el servicio.

Dentro de las políticas de servicio se debe garantizar lo siguiente:

- Ofrecer productos y servicios a precios competitivos
- Entregar los productos y servicios en las fechas pactadas
- Dar respuesta a los requerimientos
- Permitir la cercanía con el cliente de forma amable
- Brindar información completa del producto o servicio solicitado

Una de las principales políticas en servicios, es la Política de Atención al Cliente, esta permitirá entablar una comunicación con el cliente y hacer de conocimiento lo que pueden esperar de su empresa generando confianza. Estas políticas permitirán también conocer las expectativas del cliente, quejas o reclamos, con lo que la empresa puede dirigir sus acciones de mejora y corrección. La Política de atención al cliente es un código, en el cual la empresa se compromete en atender los requerimientos de los clientes. Dentro de la atención se llevan a cabo diferentes procesos para atender aquellos clientes insatisfechos, de manera documentada esto permite realizar un seguimiento y hacer de conocimiento a los demás trabajadores involucrados de la organización.

## **b) Satisfacción del cliente**

Según Kotler (2001), define la satisfacción del cliente como "el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas".

Lograr la satisfacción del cliente, es tarea de toda organización no basta sólo con terminar la producción del producto o brindar el servicio. La tarea va más allá, la organización tiene que conocer las expectativas del cliente, así como resolver sus dudas, quejas y reclamos del producto o servicio.

Al lograr la satisfacción del cliente, la empresa gana confianza y probabilidad que el cliente consuma nuevamente el producto o servicio. Genera su propia difusión, dado que los clientes satisfechos recomendarán el producto o servicio en su entorno. Y también logra fidelizar a sus clientes, dejando de lado la competencia, considerando una de sus fortalezas.

Según Thompson (2006), en su artículo la Satisfacción del Cliente, los componentes que conforman la satisfacción de cliente son:

1. Rendimiento percibido: se refiere al desempeño que el cliente ha recibido por medio del producto o servicio. Es decir, el resultado que cliente percibe según su punto de vista, resultado, percepción, opinión, gustos y estado de ánimo.
2. Expectativas: son las "esperanzas" que el cliente espera recibir. Estas se generan por las promesas o declaraciones de las empresas, experiencias, opiniones y difusión de otros. Las expectativas necesitan ser monitoreadas regularmente para determinar si lo que ofrece la empresa es lo que espera los clientes y es lo que la empresa se compromete y lo puede cumplir.
3. Niveles de satisfacción: Una vez que el cliente consume el producto o servicio, puede definir uno de los tres niveles de satisfacción:
  - Insatisfecho (percepción menor a las expectativas del cliente)
  - Satisfecho (percepción coincide con las expectativas del cliente)

- Complacencia (percepción mayor a las expectativas del cliente)

Mediante la satisfacción del cliente, se puede conocer el grado de lealtad hacia una marca u organización por parte de cliente, por ello, es importante medir el grado de satisfacción por medio de una investigación de mercado y utilizando escalas se puede establecer escalas para el rendimiento percibo (excelente, bueno, regular y malo), en el caso de las expectativas (elevadas, moderadas y bajas), y para el nivel de satisfacción (complacido, satisfecho e insatisfecho). El nivel de satisfacción se puede medir mediante la siguiente ecuación: Rendimiento percibido – Expectativas = Nivel de Satisfacción

## **1.6 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.6.1 TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN**

#### ***1.6.1.1 Tipo de Investigación***

La presente investigación es un estudio descriptivo en el que se recolecta información de ciertas empresas de servicio de carga aérea en torno a sus actuales políticas de servicio, lo que presupone que son políticas ineficientes y reducen la competitividad del cliente. Los servicios deficientes de los operadores logísticos se correlacionan con una gestión ineficiente de la cartera de clientes. Así mismo, es una investigación exploratoria por lo que se presenta un problema en el servicio de carga aérea, mediante la exploración permitirá obtener nueva información y elementos que nos conducirá a plantear nuevos problemas e hipótesis.

#### ***1.6.1.2 Nivel de Investigación***

El nivel de la investigación es descriptivo en el cual se pretende llegar a conocer las características principales de las empresas de servicio de carga aérea y su proceso de atención al cliente con el objetivo de predecir y diseñar políticas de mejoras en el contexto analizado.

## **1.6.2 MÉTODO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.6.2.1 *Método de la Investigación***

La presente es una investigación aplicada, la cual apoya al entendimiento de problemas específicos, contribuye a la mejora de las prácticas gerenciales en el país y la región y representa un aporte al conocimiento.

La metodología de la investigación seguirá un proceso metodológico con una recolección de datos a través de un estudio cualitativo (entrevistas), y se procesarán las respuestas según clasificación o frecuencia de toda la muestra.

### **1.6.2.2 *Diseño de la Investigación***

La presente investigación utiliza dos tipos de diseño, por un lado se utiliza el diseño exploratorio cualitativo y el diseño descriptivo simple cuantitativo.

Se usará el diseño exploratorio porque es el que permitirá captar las vivencias que tienen los clientes con cada uno de los agentes de carga aérea consolidada y viceversa acerca de la calidad de servicio lo cual brindará abundante información y de acuerdo a esta realizar un análisis de contenido de cada una para poder obtener los hechos repetitivos en cada una de las partes.

Por otro lado, se utiliza el diseño descriptivo simple cuantitativo, analizar los números de reclamos tiempos de respuesta e índices de satisfacción que perciben los clientes con respecto a los agentes y de acuerdo a estas calcular los promedios porcentajes e incidencias que se presentan dentro de cada agente y así poder plantear, delimitar y elaborar herramientas de mejora en cada agente.

### **1.6.3 POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **1.6.3.1 Población**

En esa investigación se analizarán dos poblaciones que estarán constituidas:

La primera población, por los agentes de carga aérea consolidada en el Departamento de Lima, cuya muestra serán 4 agentes de carga aérea que serán elegidos de manera aleatoria.

La segunda población, está conformada por los clientes corporativos que tienen cada uno de los operadores, también ubicados estos en el Departamento de Lima, obteniendo como muestra un cliente de cada operador de la muestra anterior ya mencionada.

#### **1.6.3.2 Muestra**

En cuanto al muestreo, para la presente investigación se utilizará dos tipos de muestreo; el primero, para la población de agentes de carga utilizaremos un muestreo probabilístico aleatorio simple, ya que nos permitirá calcular el tamaño de la muestra y que agentes formarán parte de la misma a las cuales les aplicaremos las encuestas y entrevistas respectivas. Y el segundo tipo de muestreo, es el muestreo no probabilístico de selección intencional en el cual seleccionaremos a los clientes corporativos de cada agente de acuerdo a los conocimientos que tenemos acerca de cada uno y a la comodidad de ubicación de los clientes.

El tamaño de la población de agentes de carga aérea consolidada asciende a 77 y el tamaño de la población de clientes será de un cliente por cada operador de la población obteniendo de esta manera la población de clientes.

Los criterios de inclusión y exclusión para ambos casos tanto agentes como clientes son:

- Los agentes de carga que se dediquen al servicio de carga consolidada aérea
- Agentes de carga que estén habilitados para realizar sus operaciones.



- Agentes de carga que se encuentren en el departamento de Lima
- Clientes con mayor facturación y movimiento de carga de cada agente
- Clientes corporativos que tengan sede en el departamento de Lima

El procedimiento para calcular el tamaño de la muestra se realizará seleccionando de manera aleatoria 4 agentes de una población de 77 agentes de carga aérea, para así tener una visión amplia de cuáles son las políticas tanto en agentes que realizan mayores facturaciones por años como los agentes de ingresos medios.

Para el caso de los clientes corporativos; es decir, clientes que realizan mayor cantidad de movimientos con cada agente y se considerará toda la población extraída de la muestra de agentes de carga; es decir, un cliente corporativo por agente obteniendo de esta forma 4 clientes por cada agente y poder de esta forma contrastar resultados.

#### **1.6.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE LA RECOLECCIÓN DE DATOS**

##### **1.6.4.1 Técnicas**

Para efectos de esta investigación, serán seleccionadas las preguntas a evaluar el tema de interés y la estandarizará para realizarse dentro de su formato. Se realizará la encuesta en una muestra seleccionada a fin de catalogar la satisfacción de los clientes de los operadores logísticos.

Para analizar las respuestas de las entrevistas, es necesario precisar la manera de conteo o regla de enumeración que emplearemos como: frecuencia de aparición, como señala Bardin (2002), “en el análisis de valores, actitudes, tendencias o ideologías es viable medir la frecuencia de aparición de frases o temas”.

Este análisis temático del contenido nos llevará a identificar los núcleos de sentido y la frecuencia de aparición nos mostrará la importancia del tema, características, similitudes y puntos críticos. Para ello, transcribimos las entrevistas

y mediante un programa de cómputo podemos analizar la frecuencia de aparición, estadísticas y concluir según los principales criterios.

#### **1.6.4.2 Instrumentos**

En la presente investigación se emplearán dos Instrumentos para realizar los análisis respectivos y obtener la mayor cantidad de información necesaria. Se tomarán como base los objetivos específicos para poder elaborar la guía de entrevistas y sus respectivas encuestas.

##### a) Entrevista

Instrumento para la entrevista, aparte de la guía de entrevista (guía única de entrevista), se deben añadir datos necesarios para ubicar las unidades de análisis. Se solicitará datos personales conforme a las unidades de análisis fijadas que permitirán establecer relaciones y comparaciones, y poder concluir en base a las unidades.

##### b) Encuesta

La encuesta será utilizada como método para la comunicación entre el investigador y los sujetos de estudio con la finalidad de obtener respuestas a las interrogantes según los objetivos planteados. La recolección de datos será a través de las preguntas de los encuestados en forma personal registradas por escrito.

Para efectos de esta investigación, serán seleccionadas las preguntas a evaluar el tema de interés y la estandariza para realizarse dentro de su formato. Se realizará la encuesta en una muestra seleccionada a fin de catalogar la satisfacción de los clientes de los operadores logísticos.

#### **1.6.4.3 Fuentes**

En la presente investigación se analizará información de fuentes primarias como son las que proporcionan las entrevistas de los clientes y principales ejecutivos de las empresas de servicio de carga aérea. Así mismo, a modo de

complementar la investigación se analizará la información de fuentes secundarias como las de las principales bibliografía de la calidad de servicio, satisfacción de clientes entre otras.

## **1.6.5 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.6.5.1 *Justificación***

En el mundo globalizado de hoy, la competitividad de las empresas están vinculadas a la administración de sus cadenas de suministro, este escenario hace que éstas se dediquen totalmente a la esencia de su core business, con ello, se hace necesario tercerizar los procesos que no compatibilizan con el giro del negocio a diversas empresas dedicadas al outsourcing. Sin embargo, no implica el hecho que estos procesos tercerizados sean vistos como procesos no estratégicos, al contrario, las organizaciones emplean una estrategia muy relevante como es el caso de la diferenciación en el servicio, con la colaboración de empresas expertas que dan mayor valor agregado a los procesos que les son delegados, convirtiéndose finalmente en sus socios estratégicos.

### **1.6.5.2 *Importancia***

La búsqueda de la satisfacción del cliente y su opinión es de vital importancia para cualquier empresa que desea ser exitosa. Siguiendo las líneas de la ISO 9001, mediante la medición de la satisfacción del cliente, ésta nos permite ir a fondo de la empresa, reconocer las fortalezas y debilidades, y mediante un diagnóstico interno se puede aplicar políticas de mejora.

### **1.6.5.3 *Limitaciones***

Una de las principales limitaciones es el sesgo de los entrevistados, dado que dependerá del grado de conocimiento y acercamiento que tiene con el cliente como por el lado opuesto, la cercanía hacia la organización.

Otra de las limitaciones, es la disposición de proporcionar información por parte de los empleados y la disposición de tiempo en atención a las entrevistas solicitadas.

## **CAPITULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN**

Según Figueroa (2004), los operadores logísticos se centraron en el transporte, para más tarde, ampliar su actividad en almacenaje, manipulación, distribución, entre otros. Este tipo de negocio surgió para dar respuesta a los procesos implicados en la cadena de suministros y cuyas operaciones logísticas buscan reducir los costes (Carmona, 2007). Los operadores logísticos atienden las necesidades de sus clientes en el campo logístico generándole beneficios económicos, enfocando el “core business”.

Cabe señalar que un Operador Logístico según la revista El sector de operadores logísticos en el Perú (2010), es una empresa cuyo objetivo es brindar una solución integral a dicha empresas para su cadena logística de abastecimiento. Esta cadena se inicia desde la gestión del aprovisionamiento, almacenamiento hasta el transporte y distribución final al cliente, colocando a disposición de sus clientes lo siguiente:

- Medios de transporte.
- Alquiler de espacios de almacenamiento.
- Manipulación estiba y desestiba de los productos.
- Control de la información, avisos de despachos, facturas, notificación del estado de stocks, entre otros.

El papel de los Operadores Logísticos es buscar las sinergias entre fabricantes y distribuidores, establecer alianzas estratégicas donde las ventajas sean evidentes comparado con los resultados que se obtienen aisladamente entre cliente y proveedor.

Asimismo, para Cármona (2007) un Operador Logístico debe presentar los siguientes aspectos:

- Recursos, son el factor más importante tanto en la capacidad de almacenaje, la manipulación de mercadería como en el intercambio electrónico.
- Tecnología logística, en donde se incluye el conocimiento, la experiencia, la metodología y la tecnología, es decir, en el campo de las tecnologías de la información, en las metodologías de manipulación, entre otros.
- Control, tanto de los stocks como de la red de información en toda la cadena logística.
- Innovación, o ideas que permitan la optimización en la función logística.

Para Marc Porta (2007), las funciones que debe desempeñar un operador logístico se encuentran enmarcadas dentro de estas consideraciones:

- Diseña los procesos, Quiere decir que el operador define y estructura las diferentes fases del proceso logístico por sí mismo o de común acuerdo con su cliente.
- Organiza, gestiona y controla las operaciones, Implica que el operador es quien controla la realización de todas las actividades del proceso, asignando los recursos necesarios para el cumplimiento de los tiempos de entrega y planificando el correcto engranaje de las diversas fases del proceso.
- Infraestructuras, tecnología y sistemas de información, El operador logístico dispone para la realización de las actividades de medios de transporte y de almacenes donde depositar y manipular los bienes de su cliente y, además, aporta su propia tecnología y sistemas informáticos para organizar y gestionar todo el proceso.

- Medios propios o subcontratados, Es indiferente que el operador realice o no las operaciones directamente con sus propios recursos o que, por el contrario, subcontrate dichas labores con otras empresas.
- Bienes y servicios adicionales, El operador responde frente a su cliente de los bienes que le son entregados, lo que supone que asume el riesgo de pérdidas, deterioros y pérdidas en los stocks y de todos los servicios adicionales que con respecto a los mismos se acuerden, incluyendo el cumplimiento de los plazos de entrega.

Por razones económicas, la subcontratación de parte de la función logística existe en la mayoría de las empresas, e incluso en casos de gran complejidad en la distribución es posible recurrir a operadores logísticos a los que subcontrata la totalidad de las operaciones. Dicha subcontratación se basa en que el operador, al ser una empresa especializada en la realización de estos servicios, tiene capacidad de desarrollar con mayor eficiencia y cuenta con una serie de ventajas tales como (Soret, 2006):

- Reducción de costes directos.
- Mejorar la flexibilidad (capacidad adaptación al cliente, eliminar inversiones no estratégicas).
- Mayor control del acuerdo logístico sobre costes, plazos y calidad.
- Reducción del tiempo de entrega.
- Eliminar los costes por distribución.
- Mejorar la rentabilidad de los activos.

El alcance del contrato con un operador logístico puede incluir la gestión de los almacenes reguladores, la preparación de pedidos, el embalaje, etiquetado y la gestión informática de la información de los pedidos además de transporte y distribución de la mercancía.

## 2.2 BASES TEÓRICAS

### 2.2.1 Políticas Empresariales

Según Rolando Luna (2011) la política empresarial son un conjunto de decisiones y acciones conducentes a desarrollar una estrategia efectiva y que presentan las siguientes características:

- Establece lo que la dirección quiere o prefiere que se haga.
- Nos dice cómo proceder.
- Refleja una decisión directiva para todas las situaciones similares.
- Orienta las dediciones operativas en la misma dirección.

En la Figura N° 2, se muestra los pasos para la formulación de una política empresarial.

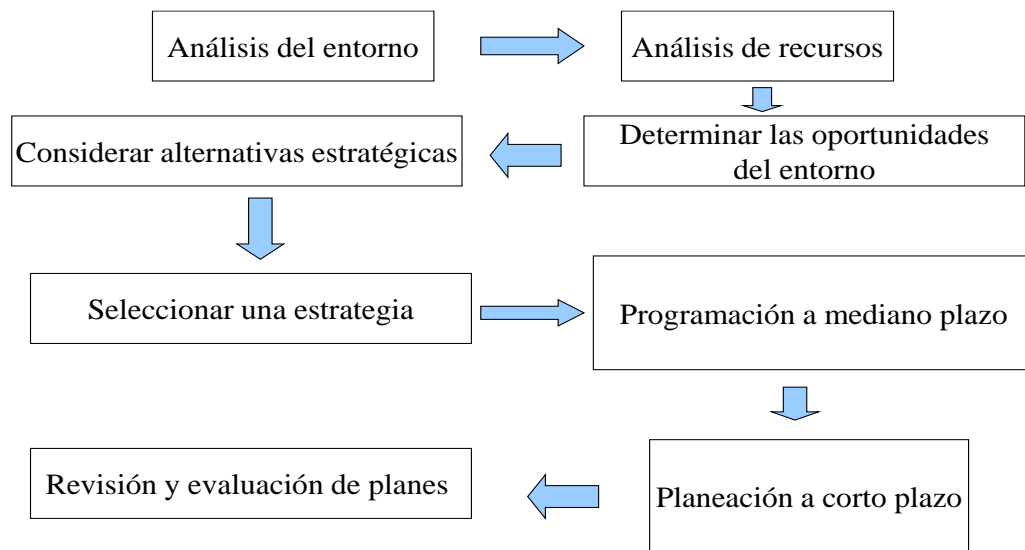


Figura N° 2 - Pasos para la formulación de una política empresarial.

Elaboración: Propia

Fuente: Luna, Rolando. [Diapositiva]. Lima, PUCP, 2011. Gestión y Dirección de Empresas



Por otro lado, la tipología que adopta una política empresarial está enmarcada en:

- a) Políticas Generales-.Abarca todo el organismo social, incluye todas las disposiciones generales.
- b) Políticas Específicas-.Se ocupan de una función operacional, un departamento o sección en particular.
- c) Políticas a Largo Plazo-.Expresan las reglas deseables y posibles a largo plazo.
- d) Políticas a Corto Plazo-. Establecen las reglas en razón a prioridades y urgencias. Pueden ser etapas intermedia, con vista a alcanzar políticas a largo plazo.

Según el ámbito empresarial en el cual se desarrolla una organización, las políticas empresariales pueden adoptar la siguiente clasificación:

- a) De Operación-.Propone pautas que impulsen la eficiencia de las actividades dentro de un área de producción. A continuación se cita algunos ejemplos:
  - Hacer mantenimiento preventivo
  - Evaluar proveedores
  - Elaborar planes de control
  - Programar pedidos
- b) De personal-.Se aplican para atender asuntos referentes al personal que trabaja en la empresa. A continuación se cita algunos ejemplos:
  - Definir sueldos e incentivos
  - Otorgar promociones y ascensos
  - Realizar capacitaciones periódicas
  - Otorgar uniformes al personal

c) De Finanzas-. Son diferentes para cada organización, puesto que las empresas difieren en sus fines, dimensión y necesidades. A continuación se cita algunos ejemplos:

- Medir y evaluar costos
- Hacer inventarios
- Cumplir obligaciones fiscales
- Hacer remodelaciones

d) De Mercado-. Tratan de mejorar la versatilidad de la empresa en el mercado. A continuación se cita algunos ejemplos:

- Determinar precios y descuentos
- Hacer campañas de publicidad
- Distribuir el producto
- Desarrollar nuevos productos

Por otro lado, la finalidad de establecer una política empresarial en una organización se centra en:

- Hacer un eficiente uso de los recursos.
- Contribuir a realizar los objetivos y estrategias empresariales.
- Proveer a los miembros de la empresa una orientación clara respecto al futuro empresarial.
- Saber a dónde se dirige la empresa y estar preparados para aprovechar las oportunidades y reducir los riesgos del entorno.
- Proporcionar una mayor capacidad de respuesta a las exigencias del entorno.

### **2.2.2 Servicios De Operadores Logísticos**

Un operador logístico (Deloitte y Asociación Empresarial de Operadores Logísticos, 2009) es aquella empresa que por encargo de su cliente diseña los procesos de una o varias fases de su cadena de suministro (aprovisionamiento, transporte, almacenaje, distribución e incluso, ciertas actividades del proceso productivo), organiza, gestiona y controla dichas operaciones utilizando para ello infraestructuras físicas, tecnología y sistemas de información, propios o ajenos, independientemente de que presten o no los servicios con medios propios o subcontratados.

En ese sentido, el operador logístico responde directamente ante su cliente de los bienes y de los servicios adicionales acordados en relación con éstos y es su interlocutor directo.

Esta definición incluye algunos conceptos importantes:

- Por encargo de su cliente: Hace referencia a la existencia de un vínculo jurídico entre el operador y el cliente/propietario de los bienes, que implica que la función logística le es encomendada al primero por parte del segundo, es decir, el cliente externaliza esta parte de su ciclo de negocio.
- Diseña los procesos: El operador define y estructura las diferentes fases del proceso logístico por sí mismo o de común acuerdo con su cliente.
- Organiza, gestiona y controla las operaciones: Implica que el operador es quien controla la realización de todas las actividades del proceso, asignando los recursos necesarios para el cumplimiento de los "lead – time" o tiempos de entrega y planificando el correcto engranaje de las diversas fases del proceso.
- Infraestructuras, tecnología y sistemas de información: El operador logístico dispone para la realización de las actividades de medios de transporte y de almacenes donde depositar y manipular los bienes de su cliente y, además,

aporta su propia tecnología y sistemas informáticos para organizar y gestionar todo el proceso.

- Medios propios o subcontratados: Es indiferente que el operador realice o no las operaciones directamente con sus propios recursos o que, por el contrario, subcontrate dichas labores con otras empresas.
- Bienes y servicios adicionales: El operador responde frente a su cliente de los bienes que le son entregados, lo que supone que asume el riesgo de pérdidas, deterioros y mermas en los stocks y de todos los servicios adicionales que con respecto a los mismos se acuerden, incluyendo el cumplimiento de los plazos de entrega.
- Interlocutor: El operador logístico es el canal de comunicación directo entre su cliente y el receptor de los bienes. Ambos dirigen directamente sus consultas, incidencias y otros aspectos del suministro de los bienes al operador logístico.

La mayoría de los servicios que ofrece un operador logístico son:

**a) Transporte marítimo, importación y exportación**

- Transporte marítimo de contenedores completos (FCL, Full Container Load), cargas parciales (LCL, Less Container Load), carga IMO (International Maritime Organization) y refrigerada.
- Logística y consolidación de cargas en el exterior.
- Seguimiento de órdenes de compra con proveedores del exterior.
- Entregas puerta a puerta en el exterior.
- Tránsitos al interior del país.
- Nexos con proveedores del exterior y servicio personalizado para el seguimiento de embarques.
- Seguro sobre el transporte de la mercadería.

## **b) Transporte terrestre, importación y exportación**

- Servicio de transporte terrestre internacional para carga general de importación y exportación.
- Tráficos cargas consolidadas - LCL (Less Container Load).
- Seguro sobre el transporte de la mercadería.
- Despachos aduaneros de exportación, importación definitiva y temporal multimodal.
- Servicio de transporte multimodal al interior y zonas francas, transporte terrestre, ferrocarril.
- Tránsitos y coordinación portuaria.
- Embarques vía puertos/aeropuertos peruanos como alternativa de cargas

## **c) Operación de logística integrada de comercio exterior**

Para aquellas empresas que manejan políticas internas de tercerización de servicios relacionados con áreas específicas, la organización cuenta con procesos integrales que provee servicios a medida para clientes que en mayor o menor grado se encuentren interesados en derivar actividades fuera de su organización.

Dada la naturaleza de nuestra investigación, desarrollaremos los conceptos por los servicios logísticos aeroportuarios que se prestan en las modalidades de operación vigentes, que son adicionales al flete aéreo y sus recargos, varían según el tipo de carga (general, perecible, peligrosa, valorada, entre otros).

- 1) Transporte terrestre de carga-. Conocido como el “flete interno” por tratarse de un traslado desde el local de exportador hacia el terminal o desde éste lugar hasta el local del destinatario de la carga. La tarifa se cotiza por ruta y tipo de vehículo de transporte que, a su vez, depende del tipo y peso de la carga (suelen establecerse rangos de peso).
- 2) Estiba-. Consiste en la movilización de la carga desde el vehículo de transporte hasta su ubicación en el terminal para su posterior exportación; y la movilización de la carga desde el terminal hasta el

vehículo de transporte, en el caso de importación. La tarifa se aplica por kilo bruto de carga (suelen establecerse niveles por rangos de peso con un cobro mínimo). Es cobrada directamente por el terminal designado por la aerolínea al usuario, sólo en el caso de importación.

- 3) Almacenaje-. Es el cobro por concepto de uso de instalaciones del terminal para el procesamiento de la carga, incluyendo la custodia de la carga en abandono, inmovilizada, en comiso y cualquier otra figura ordenada por las autoridades gubernamentales. El terminal cobra este servicio directamente al usuario a la entrega de la carga luego de realizado el trámite de nacionalización, en el caso de importación. La tarifa se aplica según el peso de la carga y el número de días de permanencia de la misma en el terminal (suelen establecerse niveles por rangos de peso y rango de días). Suelen otorgarse plazos libres de pago de horas desde que la aeronave abre la bodega hasta que el usuario se acerca a retirar la carga.
- 4) Control y manejo de carga-. Se denomina así al cobro que se realiza por el procesamiento de la carga que incluye el manejo de los Elementos Unitarios de Carga (ULD), clasificación de la carga según tipo de guía, tipo de carga, según destino y según condición, distribución de los lotes a las balanzas, el pesaje y marcado (tizado) de la carga y verificación de los bultos (tarja) para la emisión de documentos y transmisión electrónica al sistema de la Aduana. Incluye el traslado de la carga en Elementos Unitarios de Carga (ULD) desde el terminal hasta la zona de transferencia de carga denominado “zona negra” en el aeropuerto, en el caso de exportación; y viceversa, en el caso de importación. La tarifa se aplica por kilo bruto de carga y este concepto lo cobra la aerolínea al usuario, en el caso de exportación; y lo cobra directamente el terminal designado por la aerolínea al usuario, en el caso de importación.

- 5) Desconsolidación-. Se denomina así al cobro por la tarja y desglose de las guías hijas amparadas por una guía madre o master, en el caso de Importación. Cuando el servicio de des-consolidación se realiza con la tarja inicial, se considera en el rubro Control y Manejo de carga, pero cuando se realiza posteriormente, a solicitud del agente de carga que actúe como intermediario, se convierte en un servicio adicional. Su cobro se aplica por kilo bruto de carga y es cobrada directamente por el terminal designado por la aerolínea al usuario, en el caso de importación.
- 6) Manipuleo o carga-. Es el cobro por concepto de uso de las instalaciones aeroportuarias que cobra el operador aeroportuario a la carga que se traslada hasta el costado de la aeronave, en el caso de exportación; o viceversa en el caso de importación. El usuario no paga directamente la tarifa al operador aeroportuario, sino a través de la aerolínea o las empresas especializadas aeroportuarias. Este concepto lo cobra la aerolínea o el agente de carga que actúe como intermediario al usuario, en el caso de exportación; y lo cobra directamente el terminal al usuario, en el caso de importación. La tarifa se conoce como UA (Uso de aeropuerto) y la determina OSITRAN. Se aplica a cada kilo bruto de carga que entra o sale del aeropuerto y varía dependiendo si es el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez o un aeropuerto regional, y si es carga internacional o carga nacional (cabe precisar que la carga en tránsito sólo paga una vez).
- 7) Corte de guía (AWB Fee)-. Es un cobro realizado por llenar los datos en la guía aérea, pero también se incluye en este concepto la preparación de los documentos pertinentes al embarque de la carga (manifiesto de carga), el control de la documentación que debe adjuntarse a la guía aérea y la transmisión de los detalles del embarque la Aduana de nuestro país y a la del país de destino, en el caso de exportación. El cobro se aplica por cada Carta Porte, independiente del

peso declarado en ésta; y varía según la aerolínea, y según el agente de carga.

- 8) Handling-. Es el cobro que se realiza para cubrir los gastos administrativos del aviso de llegada, revisión y endose de las guías aéreas para su entrega al usuario o su representante, así como por cobrar el flete en los casos de embarques que lleguen al cobro en el caso de importación. El cobro se aplica por guía aérea, independiente del peso declarado en ésta; y la aerolínea cobra por guía aérea endosada al usuario o su representante. En el caso de embarques consolidados, el agente de carga cobra por cada guía endosada al usuario.

### **2.2.3 Carga Aérea**

#### **2.2.3.1 Historia**

El Aeropuerto Internacional Jorge Chávez es el principal terminal aéreo del Perú y es considerado como uno de los más modernos y con mayor tráfico de pasajeros de América del Sur. Está ubicado en la Provincia Constitucional del Callao y, actualmente, atiende a más 10'200,000 pasajeros por año, 10% más que en el año 2012, y muestra un movimiento de aeronaves de 98,734; 6% más respecto al año anterior (2012).

Su ubicación estratégica en el medio de la Costa Oeste de América del sur lo convierte en un importante hub. El aeropuerto fue inaugurado en 1965, como reemplazo del aeropuerto de Limatambo, dado que este último había quedado rodeado por nuevas áreas residenciales. Ya en febrero de 2001, el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez fue entregado en concesión a la empresa Lima Airport Partners (LAP), con la finalidad de emprender su ampliación y remodelación integral para, con ello, recuperar su liderazgo regional (Lima Airport Partners, 2009b). Es así que el Gobierno Peruano entregó la concesión por 30 años a un consorcio norteamericano – alemán.



El concesionario Lima Airport Partners (LAP) encargó el diseño de la ampliación y remodelación a un importante estudio internacional de arquitectura. Una vez culminado el plan maestro de arquitectura, ingeniería y urbanismo, se iniciaron las primeras obras en el año 2001.

En febrero de 2005, se culminó la primera fase del proyecto. Así, el terminal de pasajeros, que en 2001 contaba con 39,467 m<sup>2</sup> de extensión, había sido duplicado hasta alcanzar los 65,528 m<sup>2</sup>. Dicha expansión incluye trabajos de renovación total de la infraestructura existente, la construcción de nuevas instalaciones comerciales, la colocación de siete nuevas mangas o puentes de embarque, entre muchas otras mejoras. Con ello, el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez empezó a retomar su posición de liderazgo entre los aeropuertos de la región, pues presentó al mundo un aeropuerto moderno, seguro y eficiente (Lima Airport Partners, 2009b).

Por otro lado, la segunda fase de la remodelación de la infraestructura fue hecha en 2008 y culminó con las obras correspondientes al período inicial del proyecto. Actualmente, el terminal de pasajeros cuenta con 89,570 m<sup>2</sup> y la plataforma pasó de 165,000 m<sup>2</sup> a 324,881 m<sup>2</sup> para la habilitación de 49 posiciones de estacionamiento para aeronaves. Además, se han instalado 12 mangas o puentes de embarque adicionales, tanto en los espigones de salidas nacionales como internacionales, con lo cual ya son 19 las salas de embarque que cuentan con dicho dispositivo, el cual garantiza un mejor servicio y atención al pasajero. Asimismo, en la zona comercial, los pasajeros disponen de una más amplia y variada oferta de servicios y bienes, entre ellos la inclusión de un hotel de cuatro estrellas. Entre otras remodelaciones y construcciones, también se espera la construcción de una segunda pista de aterrizaje, paralela a la actual, la cual quedará operativa luego de cinco años después de que el Estado Peruano entregue a LAP los terrenos necesarios para su construcción (Lima Airport Partners, 2009c).

A fines del año 2008, la revista América Latina elaboró una encuesta a través de Internet a 1,422 ejecutivos de la región, entre hombres y mujeres de negocios acostumbrados a altos estándares de calidad y servicio, con el objetivo de reconocer cuáles eran sus hábitos y preferencias en el momento de viajar. Respecto al rubro de aeropuertos, el resultado de dicha evaluación determinó que el “Jorge Chávez” ocupa el tercer puesto entre los mejores aeropuertos de América Latina, después del de Miami y el de Santiago de Chile (Lima Airport Partners, 2009b).

Asimismo, en junio de 2009, el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez logró otro importante reconocimiento. La consultora inglesa Skytrax Research, especialista en asuntos aeroportuarios, elaboró una encuesta a través de Internet a más de 8 millones de pasajeros de diversas nacionalidades con el objetivo de elegir al mejor aeropuerto. Es así que el aeropuerto limeño logró obtener el primer puesto en dicha categoría. De acuerdo con el diario la República (2009), los criterios considerados fueron las vías de acceso al aeropuerto, la disponibilidad para el tránsito de pasajeros, la comodidad en el terminal, la ambientación, la limpieza, los tiempos de espera en migraciones, la señalización del terminal, el manejo de equipaje, los controles de seguridad, la calidez y amabilidad del personal, la facilidad para las conexiones y la variedad de la oferta de productos y servicios. Así, durante el año 2009, el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez logró superar las expectativas del pasajero, lo cual fue determinado por un mejor servicio, que le ha permitido colocarse muy por encima de otros importantes aeropuertos de la región, tales como el de Santiago de Chile y el de Buenos Aires (Lima Airport Partners, 2009c).

Asimismo, el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez es el único terminal Aéreo en la ciudad de Lima que es usado en operaciones comerciales. De acuerdo con El Comercio (2009), este aeropuerto ha sido remodelado considerablemente dos veces en los últimos cinco años lo cual ha generado una mayor capacidad de traslado de pasajeros y mercancías.

### 2.2.3.2 Tipos de Carga Aérea

La carga es el conjunto de bienes o mercancías protegidas por un embalaje apropiado que permite agilizar la manipulación, embarque, descarga o transporte aéreo. Es común considerar como carga a cualquier mercancía, incluso si ésta última no fue consolidada. La mensajería, los suministros y el equipaje acompañado no están considerados como carga.

En el transporte internacional, existen los siguientes tipos de carga aérea:

**a) Carga General.-** Puede ser suelta y unitarizada.

Carga suelta, cuando se transportan mercancías individuales, manipuladas como unidades separadas, fardos, paquetes, sacos, cajas, tambores, piezas atadas, entre otros.

Carga unitarizada, cuando la mercancía es colocada en artículos individuales, tales como cajas, empaques u otros elementos desunidos o carga suelta agrupados en unidades como preslingas, paletas y contenedores, listos para ser transportados. La carga general unitarizada es apropiada para el transporte aéreo ya que permite un manipuleo seguro, evitando daños y protegiéndola de la degradación térmica y biológica; un manipuleo rápido y eficiente. Por tal motivo, en el transporte aéreo se utiliza una alta proporción de carga unitarizada que puede ser preparada por el exportador, el agente de carga o por la propia aerolínea.

**b) Carga Perecible.-** Se denominan carga perecible a aquellos productos cuyas propiedades físicas, químicas o micro- biológicas no le permiten tener una duración en el tiempo o en el ambiente, tales como los productos de origen animal y vegetal en estado primario, por lo cual van a necesitar condiciones especiales para su conservación, tales como refrigeración, preservantes, bolsas al vacío, entre otros. Se consideran perecibles a las frutas y verduras, carnes y derivados, pescados y mariscos, peces ornamentales, productos lácteos, flores frescas y follajes. Por su naturaleza, esta carga suele utilizar transporte aéreo. Dentro de las cargas perecibles se puede incluir productos

tales como: productos farmacéuticos (vacunas y drogas), órganos vivos, tejidos, cultivos, productos biológicos; también puede incluir las expediciones de animales que son enviados vivos pero que en destino serán sacrificados y convertidos en alimentos (ejem. pollitos de un día). En el grupo de carga perecible, podemos considerar a la carga húmeda (Lan Cargo, 2014), aquella por su naturaleza genera una gran cantidad de líquido o vapor y requiere de embalaje especial para evitar derrames o filtraciones que pudieran producir corrosión a los metales de los aviones, o dañar a otras cargas. Dentro de la carga húmeda podemos considerar: mariscos, pescado fresco, aceitunas en salmuera, cueros salados para curtiembre, carnes, jugos, entre otros.

- c) Carga Frágil.-** Consisten en productos susceptibles de dañarse o destruirse con rapidez y facilidad, por lo cual requieren ser manipulados con extremo cuidado, utilizando materiales de embalaje adicionales tales como el plástico, espuma de poliuretano, tecnopor, zunchos, trincas, material sintético o metálico, entre otros, además de etiquetar la carga con señales o instrucciones de manipulación. El transporte aéreo resulta idóneo porque su rapidez reduce más el riesgo de daño o destrucción de dicha carga, tales como los artículos de vidrio o porcelana, aparatos electrodomésticos, artesanías, medicinas, entre otros.
- d) Carga Valorada.-** Es toda aquella que contenga uno o más artículos cuyo declarado para el transporte de US\$ 1.000 por kilogramo o más. (Lan Cargo, 2014)
- e) Carga Peligrosa.-** Son materias u objetos que presentan riesgo para la salud, para la seguridad o que pueden producir daños en el medio ambiente, en las propiedades o a las personas. El término mercancía peligrosa se utiliza en el ámbito del transporte; en los ámbitos de seguridad para la salud o etiquetado se utiliza el término sustancia o preparado peligroso. Todas las mercancías peligrosas están clasificadas atendiendo a sus características químicas y a su grado de peligrosidad. Las regulaciones de la IATA establecen la siguiente clasificación que se muestra en la Tabla 1.

Tabla N° 1 - Clasificación de mercancías peligrosas

<b>Tipo</b>	<b>Descripción</b>
<b>Clase 1</b>	Materias y objetos explosivos.
<b>Clase 2</b>	Gases Inflamables - No inflamables - No tóxicos - Tóxicos.
<b>Clase 3</b>	Líquidos inflamables.
<b>Clase 4.1</b>	Materias sólidas inflamables, materias autorreactivas y materias explosivas desensibilizadas sólidas.
<b>Clase 4.2</b>	Materias que pueden experimentar inflamación espontánea.
<b>Clase 4.3</b>	Materias que al contacto con el agua desprenden gases inflamables
<b>Clase 5.1</b>	Materias comburentes.
<b>Clase 5.2</b>	Peróxidos orgánicos.
<b>Clase 6.1</b>	Materias tóxicas.
<b>Clase 6.2</b>	Materias infecciosas.
<b>Clase 7</b>	Materias radioactivas.
<b>Clase 8</b>	Materias corrosivas.
<b>Clase 9</b>	Materias y objetos que presentan peligros diversos.

Fuente: Talma Training School  
 Elaboración: Propia

Por otro lado, los tipos de carga aérea con mayor frecuencia (Lan Cargo, 2014) se muestra en la Tabla 2.

Tabla Nº 2 - Carga Aérea de Mayor Frecuencia

Urgentes	Valiosa	Varios	Restringido
Perecibles: Flores, legumbres, alimentos	Computadoras y sus accesorios	Restos humanos	Productos químicos
Medicinas: vacunas, entre otros.	Materiales preciosos	Frágiles	Radiactivos
Repuestos	Repuestos, partes costosas para maquinarias	Efectos personales	Artesanías
Periódicos, revistas, courier, documentos	Herramientas	Textiles, confección	Animales vivos
Artículos para salvar vidas humanas	Obras de arte	Repuestos de aviones	Mercancía peligrosa
	Obras para exposición	Helicópteros, barcos	
	Ferías	Automóviles	

Fuente: Talma Training School  
Elaboración: Propia

### 2.2.3.3 Regulaciones en la Carga Aérea

Las actividades del transporte aéreo de carga y de sus operadores deben desarrollarse siguiendo una serie de reglas, condiciones y requisitos establecidos por entidades, nacionales e internacionales; con la finalidad de garantizar a los usuarios el cumplimiento de los compromisos contractuales vinculados a la carga, traslado, descarga y entrega de la mercancía al destinatario. A continuación describiremos las entidades internacionales y nacionales reguladoras del transporte aéreo (MINCETUR, 2014).

**a) Entidades Internacionales:** Entre las principales entidades reguladoras de carga aérea a nivel internacional tenemos:

**1. Organización de la Aviación Civil Internacional (OACI)-.** La Organización de Aviación Civil Internacional fue creada el 4 de abril de 1947 a fin de lograr el crecimiento seguro y ordenado de la aviación civil internacional, apoyar el desarrollo de redes aéreas, aeropuertos e instalaciones y servicios de navegación para satisfacer la necesidad del público de contar con un sistema de transporte aéreo seguro, regular, eficiente y económico. Para lograr esos objetivos, la OACI instrumenta normas que regulan el desempeño de los pilotos y tripulación de las aeronaves, los controladores del tránsito aéreo y las cuadrillas terrestres y de mantenimiento. Asimismo, regula el transporte de mercaderías peligrosas en aviones comerciales y la prohibición del transporte aéreo de drogas ilícitas. La Organización facilita el movimiento de aeronaves, pasajeros, tripulantes, equipaje, carga y correspondencia a Estados Miembros.

La OACI o ICAO, correspondiente a International Civil Aviation Organization en sus siglas en inglés, está organizado por una Asamblea y un Consejo, así como las Oficina Regionales localizada en ciudades de los cinco continentes. La Oficina Regional de América del Sur tiene su sede en la ciudad de Lima.

**2. Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA)-.** En inglés International Air Transport Association o IATA. Se fundó en La Habana, Cuba, en abril de 1945. Es el instrumento para la cooperación entre aerolíneas, promoviendo la seguridad, fiabilidad, confianza y economía en el transporte aéreo en beneficio de los consumidores de todo el mundo. Entre sus principales funciones podemos mencionar las siguientes:

- Promover transporte aéreo seguro, regular y económico para beneficio de las personas de todo el mundo, fomentar comercio aéreo y estudiar los problemas relacionados a lo antes mencionado.
- Proveer colaboración entre las empresas de transporte directa o indirectamente relacionadas con los servicios de transporte aéreo.
- Cooperar con la recién creada Organización de Aviación Civil y otras organizaciones internacionales.

**3. Unión Postal Internacional (UPU)-.** La Unión Postal Universal se estableció en 1874 en virtud del Tratado de Berna, pero pasó a ser un organismo especializado de la ONU por un acuerdo que entró en vigor el 1 de julio de 1948. La UPU forma un solo territorio postal de países para el intercambio de correspondencia. Sus objetivos son afianzar la organización y el mejoramiento de los servicios postales, participar en la asistencia técnica postal que soliciten los países miembros y fomentar la colaboración internacional en materia postal. La UPU fija tarifas, límites máximos y mínimos de peso y tamaño, así como las condiciones de aceptación de la correspondencia; establece reglamentos aplicables a la correspondencia y de objetos cuyo transporte requiera precaución especial, como sustancias infecciosas y radiactivas.

**b) ENTIDADES NACIONALES:** Entre las principales entidades reguladoras de carga aérea a nivel internacional tenemos:

**1. Dirección General de Aeronáutica (DGAC)-.** Es el órgano especializado del Ministerio de Transportes y Comunicaciones considerada la Autoridad Aeronáutica del Perú, encargada de supervisar e inspeccionar todas las actividades aeronáuticas de los explotadores aéreos, a través de procesos orientados a garantizar la seguridad aérea. Para tal efecto, se encuentra conformada por los siguientes órganos:



- La Dirección de Seguridad Aeronáutica es la unidad orgánica responsable de normar y vigilar el estricto cumplimiento de los estándares de seguridad; otorgar, convalidar y renovar los certificados de idoneidad técnica del personal y material aeronáutico, operadores aeronáuticos y otros afines; colabora en la investigación de accidentes de aviación civil.
- La Dirección de Certificación y Autorizaciones es la unidad orgánica responsable de supervisar el transporte aerocomercial; gestionar la autorización y supervisar la operación de las aeronaves en el espacio aéreo peruano; gestiona y concede derechos de tráfico y vigila su cumplimiento; recomienda políticas aerocomerciales. Certifica aeródromos y servicios conexos.
- La Dirección de Regulación y Promoción es la unidad orgánica responsable de formular proyectos de normas, reglamentos y demás disposiciones relacionadas con las actividades de transporte aéreo e infraestructura aeroportuaria. Promueve el desarrollo de la aviación civil en el Perú. Propone políticas de ingreso al mercado aerocomercial

**2. Superintendencia de Administración Tributaria (SUNAT)-.** La Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, órgano dependiente del Ministerio de Economía y Finanzas, cuenta con dos organismos adjuntos, siendo una de estas la Superintendencia Nacional Adjunta de Aduanas. Dicha entidad cuenta con diversas Intendencias de Aduanas, siendo las competentes en el campo aéreo las siguientes:

- La Intendencia Nacional de Técnica Aduanera, encargada de facilitar las actividades económicas de comercio exterior, así como inspeccionar el tráfico internacional de personas y medios de transporte.
- Las Intendencias de Aduana Operativas, encargadas de administrar y controlar el tráfico aéreo internacional de mercancías dentro del

territorio aduanero y recaudar los tributos correspondientes, así como de otorgar facilidades para los despachos urgentes (medicamentos, alimentos, bienes perecibles, entre otros). Casi todos los despachos aduaneros de mercancías transportadas por vía aérea son tramitados ante las Intendencias de Aduana Aérea y Postal del Callao.

- Asimismo, en el control del tráfico aéreo interviene la Brigada de Operaciones Especiales (BOE) conforma por personal de oficiales de la Intendencia Nacional de Prevención del Contrabando, quienes se encargan de controlar las mercancías sobre las cuales existan indicios de la comisión de delitos aduaneros.

### **3. Corporación Peruana de Aeropuertos y Aviación Comercial (CÓRPAC)-.** Es el organismo del Estado encargado de los servicios de

aeronavegación requeridos para el ingreso o salida de aeronaves en los aeropuertos en general. Sus funciones específicas son las siguientes:

- Operar, equipar y conservar aeropuertos comerciales abiertos al tránsito aéreo, incluyendo las dependencias, servicios, instalaciones y equipos requeridos por la técnica aeronáutica, de acuerdo con las normas internacionales reconocidas por el Estado Peruano y las disposiciones legales y reglamentarias referentes al funcionamiento de los aeropuertos y sus servicios.
- Establecer, administrar, operar y conservar los servicios de ayuda a la aeronavegación, radiocomunicaciones aeronáuticas y demás servicios técnicos necesarios para la seguridad de las operaciones aéreas del país.
- Establecer y mantener el ordenamiento del tránsito aéreo y su correspondiente control que le asigne el Ministerio de Transportes y Comunicaciones.
- Establecer sistemas apropiados e idóneos de comunicación requeridos para regular y controlar el tráfico aéreo de sobre vuelo.

#### **2.2.3.4 Operaciones Logísticas del Aeropuerto Internacional Jorge Chávez**

Dentro del negocio del transporte aéreo, los aeropuertos constituyen un elemento fundamental para el éxito de las operaciones y la satisfacción del servicio. Para lograr una atención óptima en el nivel comercial, el aeropuerto deberá brindar las facilidades, servicios básicos, tecnología, capacidad, tamaño y accesibilidad acordes con la operación que soporta. La principal variable que define las características, tamaño y facilidades del aeropuerto es, en primera instancia, la programación de los itinerarios de aerolíneas en el aeropuerto, o scheduling. El tamaño de dicho scheduling definirá la cantidad de operaciones que el aeropuerto deberá soportar y, por lo tanto, el número de pasajeros que deberá atender en sus diferentes servicios, lo cual incluye las horas pico de mayor volumen.

De acuerdo con Wensveen (2007), a partir de la década de 1970, las investigaciones del mercado de las aerolíneas y operadores afines han tenido como propósito el diseño de servicios alineados con los requerimientos del consumidor, mientras este evoluciona o, si fuera posible, antes de que estos ya hayan cambiado.

La Distribución Física Internacional de Mercancías, conocida por sus siglas DFI, es el proceso logístico que se desarrolla en torno a situar un producto en el mercado internacional, cumpliendo con los términos negociados entre el vendedor y el comprador. Su objetivo principal es reducir al máximo los tiempos, los costos y el riesgo que se puedan generar durante el trayecto, desde el punto de salida en origen, hasta el punto de entrega en destino.

El transporte aéreo o transporte por avión, es el servicio de trasladar de un lugar a otro pasajeros o cargamento, mediante la utilización de aeronaves, con fin lucrativo. El transporte aéreo tiene siempre fines comerciales. Si fuera con fines militares, éste se incluye en las actividades de logística.

Este modo de transporte, en principio, se pensó y desarrolló únicamente para pasajeros; sin embargo, gracias al uso de contenedores aéreos y al diseño de nuevos aviones destinados a carga, el volumen de mercancías transportado por este medio se incrementa año tras año.

Este modo constituye una forma de actividad muy dinámica, que ha permitido conquistar mercados con resultados favorables para las naciones, en el quehacer de su intercambio comercial.

Lima Cargo City es el Centro Logístico Aéreo más moderno en Latinoamérica. Alberga a los líderes del sector, acercando a sus clientes toda una gama de ventajas y beneficios en la mejor ubicación. En Lima Cargo City, opera terminales de almacenamiento de carga aérea, líneas aéreas, agentes de carga, agentes de aduana, bancos, locales comerciales, instituciones públicas vinculadas, entre otros.

El aeropuerto internacional Jorge Chávez consta de las siguientes características para poder operar como puntos (centros) de transferencia o intercambio modal. Son llamados también nodos de gestión de logística integral.

- Universalidad
- Evolución Técnica
- Competitividad
- Incertidumbre
- Servicio Público

### **2.3 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS**

Entre las definiciones básicas en el contexto de carga aérea tenemos las principales que se enfatizan en el aeropuerto internacional Jorge Chávez y las operaciones logísticas de los siguientes actores:

a) **Agente de Carga Internacional.-** Es la persona que puede realizar y recibir embarques, consolidar y des- consolidar mercancías que serán transportadas por vía aérea, pudiendo actuar como operador de transporte multimodal. En el campo aéreo, el agente de carga internacional se encarga de efectuar consolidación, es decir, agrupar mercancías pertenecientes a uno o a varios consignatarios, reunidas para ser transportadas de un aeropuerto con destino a otro aeropuerto, en contenedores o similares, siempre y cuando se encuentren amparadas por un mismo documento de transporte. Para tal efecto, procederá a emitir la carta de porte aéreo consolidada. El agente de carga se encarga de todos los detalles del envío, como documentación, porte, almacenaje, incluso de embalaje de las mercancías; preparan un manifiesto de carga para la aerolínea indicado las distintas partes del envío consolidado y, por último, prepara la carta de porte aéreo consolidado que abarca el conjunto del envío. Los agentes de carga internacional requieren contar con autorización emitida por la Dirección General de Aeronáutica Civil del Ministerio de Transportes y Comunicaciones (DGAC MTC), así como por la Intendencia Nacional de Técnica Aduanera de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), debiendo cumplir las reglas técnicas establecidas por la Asociación Internacional de Transporte Internacional (conocida en sus siglas en inglés como la IATA). En la operativa del transporte aéreo, la labor el agente de carga es fundamental porque se encarga de efectuar la gestión no sola con el exportador e importador, sino además con las aerolíneas, agentes de aduana, almacenes aduaneros, entre otros. En tal sentido, es la persona que sirve de enlace coordinador para el desarrollo del transporte internacional de carga aérea.

- b) Agente de Aduana.-** Los agentes de aduana son personas naturales o jurídicas encargadas de brindar los servicios de despacho aduanero y trámites afines, por mandato y representación de terceros (dueños, consignatarios o consignantes de las mercancías). Generalmente el transporte aéreo se efectúa con carga consolidada, por lo cual los agentes de aduana necesitan contactar con los agentes de carga de internacional para coordinar la consolidación o des-consolidación requerida para tramitar los despachos aduaneros. A diferencia del contrato de comisión que suscribe el usuario del transporte aéreo con el agente de carga, el agente de aduana suscribe un contrato de mandato con representación, es decir, se convierte en el representante del exportador o importador ante la autoridad aduaneras para efectuar el despacho de la mercancía. Este contrato se celebra cuando el representado endosa la carta porte aérea.
- c) Terminales de Carga.-** Los terminales de carga del explotador aéreo o transportista aéreo, es el recinto destinado para recibir y entregar la mercancía consolidada o desconsolidada al destinatario o su agente, en dicho terminal deberá realizarse las actividades necesarias para la entrega de la mercancía al destinatario o su representante. El transportista aéreo puede encargar a otros su- jetos las actividades de los terminales de carga, previo cumplimiento de los requisitos y condiciones establecidas por la DGAC del MTC y por la SUNAT. En tal sentido, el funcionamiento de los Terminales de Carga se deberá efectuar dentro de las distancias máximas establecidas por ambas autoridades.

- d) Terminales de Almacenamiento.-** Son locales destinados a la custodia temporal de la carga y correo transportada por vía aérea. Son considerados depósitos temporales donde ingresa, sale o permanece la mercancía hasta que se hayan culminado los trámites del despacho aduanero o la autoridad aduanera autorice su salida (levante); manteniendo el administrador la responsabilidad de dicha mercancía.
- e) Usuarios de Servicio de Carga Aérea Internacional.-** Se entiende por usuario del transporte aéreo a toda persona que por sí o por medio de otra que actúe en su nombre o representación, celebra un contrato de transporte aéreo de carga con una aerolínea. El usuario puede ser el dueño de la mercancía o podrá delegar a un consignante o consignatario la representación para efectuar las gestiones vinculadas al transporte aéreo. En tal sentido, el consignante es la persona natural o jurídica que envía mercancías a través de una aerolínea a su destinatario ubicado hacia el exterior; destinatario conocido como el consignatario, la persona natural o jurídica a cuyo nombre se encuentra manifestada la mercancía o que la adquiere por endoso de la carta de porte aéreo, por lo cual el transportista aéreo deberá entregarle dicha mercancía. En tal sentido, el exportador o su representante actuarán como consignante, mientras que el importador será el consignatario de la mercancía.

## **CAPITULO III: PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

### **3.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS**

Para iniciar la discusión de resultados, es necesario marcar la importancia de la fiabilidad y validez de los instrumentos utilizados que sean llevados a cabo de forma eficiente y óptima mediante la validez interna y externa de los instrumentos.

#### **3.1.1 Validez Interna**

La validez interna de los instrumentos utilizados ha sido realizada de forma eficaz, objetiva y honesta permitiendo recolectar información veraz por parte de los encuestados que fueron clientes de los operadores logísticos de carga aérea consolidada y a los usuarios de este servicio.

Si bien en el proceso de realización de las encuestas nos brindó información, esta información fue incompleta que seguidamente en las entrevistas a profundidad se pudo completar y recolectar información necesaria y que han marcado el punto principal para realizar el análisis de los resultados correspondientes.



Habiendo analizado las políticas de servicio y la percepción del cliente ante los servicios brindados por el operador logístico se mostrará a continuación los antecedentes que se obtuvieron, las bases teóricas y los resultados obtenidos que nos permitirán corroborar si nuestras hipótesis son correctas o erradas.

### **Comparación de resultados con antecedentes convergencia y/o divergencia**

**1. Conocimiento y satisfacción del cliente.** Según (Feigenbaum, 1998) (Ishikawa, 1988) en la actualidad, el sector servicio es un sector que está creciendo a nivel global y con respecto a la calidad y la relación que tiene con los servicios el usuario es el factor más importante que permite establecer una línea específica de implementación de calidad de servicio.

Según lo hallado en la investigación el usuario es para los operadores logísticos el factor clave a que representan el indicador principal para que se realice el giro de la empresa.

Es así que los operadores logísticos reconocieron mediante las encuestas y entrevistas conocer las exigencias de sus usuarios y que ellos sienten que los servicios que están brindando se están realizando mediante la política de calidad de servicio hacia sus clientes, pero esto es solo la percepción del operador logístico ya que los usuarios de este servicio expresan que muchas veces que el operador logístico no considera sus observaciones con el objetivo de fomentar la mejora continua.

La calidad de servicio es definida como la percepción que tiene el cliente sobre el servicio recibido (Zeithaml y Bitner, 2000). Esta percepción se obtiene de la discrepancia producida entre las expectativas que tenía el cliente antes de recibir el servicio y el desempeño actual. Sin embargo, los clientes no perciben la calidad de servicio como un concepto unidimensional, si no que separan la información en diferentes dimensiones (Zeithaml y Bitner, 2000). Parasuraman y cols. (1991) diferenciaron cinco dimensiones para las cuales,

señalaban que podían considerarse universales para todo tipo de organizaciones que prestan servicios. Estas dimensiones son las siguientes:

- a) Fiabilidad, definida como la habilidad de ofrecer un servicio de confianza y fiable.
- b) Capacidad de respuesta, que es la voluntad de ayudar al cliente y proporcionar un servicio rápido.
- c) Seguridad, es definido como el conocimiento y la cortesía de los empleados que inspiran confianza.
- d) Empatía, caracterizado por el cuidado y la atención individualizada que la compañía ofrece a sus clientes.
- e) Aspectos tangibles, los cuales se componen del equipamiento, facilitadores físicos y la apariencia física del personal.

Sin embargo, estas dimensiones adquieren diferente importancia a la hora de establecer una relación leal; según las características del ambiente, el tipo de cliente o el sector en el que se recoge la información.

**2. Servicios del operador logístico.** Según Ballou (2004) los operadores logísticos muestran que sus actividades, netamente, están centradas en el transporte de bienes y en entregar la mercancía en el mejor estado posible siendo este su objetivo principal sin tomar en cuenta el tiempo al realizar modificación o correcciones coincidiendo con los resultados obtenidos por la percepción de los clientes ya que el principal factor de insatisfacción de estos es el tiempo y la ausencia de la calidad de servicio y falta de trato personalizado por parte los operadores.

Según Mentzer, Flint, & Kent (1999) mencionan que debido a las características y actividades complejas que muestra cada operador logístico los servicios que estos ofrecen deben ser coherente y de acuerdo a cada necesidad y exigencia, para esto los operadores evalúan y controlan cada operación de forma individual intentando planificar la mejor manera de satisfacer a los usuarios y evaluar el nivel de satisfacción por parte de los

cliente, es aquí donde los operadores realizan un servicio “post servicio” en los cuales verifican si el servicio brindado ha cumplido con las expectativas.

En los resultados obtenidos en esta investigación se muestra que de la muestra tomada de clientes que utilizan el servicio aéreo muchos de ellos aseguran no recibir servicio post servicio es decir que consideran que el operador no muestra interés alguno en saber si el servicio que están brindando les genera satisfacción alguna o si están cumpliendo con las expectativas.

Es así que los resultados obtenidos mediante las entrevistas y encuestas a profundidad a ambas muestras clientes y operadores muestran coincidencia con lo que indica (Kasilingam, 2000).

**3. Problemas que se presentan en el operador logístico.** Según Soret Los Santos (2004) coincide en que algunos de los principales problemas o desventajas que tienen los operadores logísticos son:

- No hay control adecuado en cada proceso
- Costos adicionales para la movilización de la carga

Adicionalmente, cabe mencionar que los problemas detectados mediante esta investigación fueron:

- El tiempo de atención a los usuarios
- Demora en la entrega de tarifas
- Demora en la respuesta enviadas a origen

Hallando de esta manera convergencia entre lo que nos indica la teoría y lo contrastado con la realidad, que además son el marco fundamental que indica las buenas prácticas de calidad de servicio que brinda el operador a sus clientes y que de no ser mejoradas o reducidas pueden representar pérdida de mercado, clientes y competitividad por parte de los usuarios.

Adicionalmente los problemas hallados en esta investigación servirán como base y punto clave que si no se corrigen en el tiempo representarán una menor posición competitiva en la empresa.

Además durante el proceso de investigación se pudieron detectar que los problemas mencionados por (Soret Los Santos, 2004) no son los únicos ya que se encontró lo siguiente:

- Desconocimiento de las exigencias de los clientes
- Alto índice de reclamos de los clientes
- Incumplimiento de lo pactado entre el cliente y el agente de carga
- Seguimiento post atención deficiente
- Insatisfacción del cliente con respecto al servicio brindado por parte del agente de carga

Permitiendo muchos de estos problemas la elaboración de hipótesis con el fin de detectar los principales problemas que se pueden presentar en los agentes de carga aérea consolidada.

### **3.1.2 Validez Externa**

En general, los hallazgos sobre las políticas de servicios de los operadores logísticos guardan estrecha relación con las políticas de servicios que brindan todo tipo de organizaciones.

Por lo tanto, muchos problemas detectados en los operadores logísticos se presentan en empresas de cualquier rubro ya que en el sector servicios la mayor cantidad de problemas casi siempre son similares.

En resumen, nuestros instrumentos o gran parte de las preguntas de nuestras encuestas o entrevistas a profundidad pueden ser aplicadas a cualquier empresa de servicios de cualquier sector. Así mismo las hipótesis planteadas podrán ser utilizadas para plantear futuros problemas no solo en el sector logístico aéreo sino también en empresas de otro rubro que se dedican al sector servicios, facilitando la investigación a futuros investigadores.

### 3.1.3 Contratación de Hipótesis – Resultados

#### Hipótesis General

Las actuales políticas de servicio de los operadores logísticos aéreos para la carga consolidada son factores clave que determinan el grado de satisfacción del cliente.

**Resultados Políticas Actuales.** Las actuales políticas de servicio de las empresas en estudio están centradas en el trato personalizado, rapidez, transparencia, costo y calidad de servicio que conforman el eje central de las políticas de los operadores logísticos que aplican a todas sus actividades agregando valor a sus procesos operacionales.

**Resultados de Grado de satisfacción del cliente.** Un alto índice de clientes se siente satisfecho por el servicio brindado por sus agentes de carga, la mayoría expresa que los servicios brindados por el agente de carga área pueden ser mejorado. Los factores críticos de éxito para lograr una mayor satisfacción del cliente son tiempo, calidad y costo.

Por otro lado, recomendaron que debe dar mayor importancia al servicio post –venta luego de haber culminado el servicio de entrega.

**Contrastación.** Mediante la investigación se logró comprobar la hipótesis planteada y determinar que las actuales políticas de servicio que brindan los operadores logísticos para la carga consolidada aérea anteriormente mencionados son un factor importante, ya que esto determinará de forma directa si el cliente se siente satisfecho o no con los servicios brindados. Para esto la empresa debe replantear sus políticas actuales y centrarse en el principal giro del negocio que es ofrecer un servicio de calidad centrado en el transporte internacional de mercancías cumpliendo todos los requerimientos de cliente, estableciendo esto como un ideal a seguir.

## **Hipótesis específicas**

1. Las actuales políticas de servicio de los agentes de carga reducen la competitividad del cliente.

**Resultados de políticas de servicio actuales.** Las actuales políticas con las que cuentan los agentes de carga en estudio están centradas en la captación de usuarios así como el trato personalizado con cada uno y la priorización de clientes ante otros clientes, no se lleva una base de datos donde se especifique en que parte de la cadena se presentan los problemas así como dentro de sus políticas esta resolver la mayor cantidad de reclamos posibles, no se toma en cuenta el factor tiempo o la necesidad de urgencia que pueda tener el usuario, utilizando así de forma inadecuada las políticas con las que cuentan.

**Contrastación.** Actualmente las políticas con las que cuentan los agentes de carga en estudio son las guías mediante la cual las empresas logran alcanzar su visión sus objetivos y su ideal es así que las políticas actuales si están influyendo de forma negativa en la competitividad del agente ya que le está generando a los clientes una visión negativa respecto a cada agente de forma específica.

Además, una influencia negativa de las políticas genera actualmente que el servicio aéreo en nuestro país sea el menos usado y esto se debe a las políticas deficientes que tienen los agentes, es así que muchos clientes prefieren demorarse más tiempo enviando sus mercancías por la vía marítima que enviarlas por la vía aérea y esto se debe a que los agentes cada vez más están perdiendo competitividad en el mercado.

2. La calidad de servicios de los operadores logísticos actuales se correlacionan con la gestión de cartera de clientes.

**Resultados de Servicios del operador logístico.** Los servicios que brindan los agentes de carga área en estudio no solo son transporte internacional aéreo de mercancías sino que adicionalmente estos ofrecen servicio de almacenaje, agencia de aduanas, transporte interno, asesorías en temas de transporte internacional ya sea para la importación o exportación, servicio de transporte aéreo para carga sobredimensionada, servicio de Courier internacional y nacional. Abarcando de esta manera gran parte de la cadena logística de transporte internacional y brindándole al cliente la oportunidad de conseguir todos los servicios en un solo agente y de esta manera ahorrarse costos que al hacerlo por separado sería más altos.

**Contrastación.** Según la investigación los operadores logísticos en estudio están brindando sus servicios de forma ineficiente, esto se debe a que están tan centrados únicamente en dar el servicio sin importar el cliente que tampoco está manteniendo una adecuada gestión de los usuarios.

Es así que muchas veces el agente de carga aérea consolidada por lograr los objetivos o con intención de aumentar sus ganancias se saturan teniendo muchas veces una mala gestión de clientes que han pagado por los servicios y que debido a la saturación no pueden ser atendidos correctamente generando como se menciona en puntos anteriores un índice alto de insatisfacción con el servicio.

Una adecuada gestión de clientes para el agente de carga sería un manejo de tiempos de atención a sus clientes es decir establecer tiempos de acuerdo al orden de requerimiento del servicio, estableciéndose por días una cantidad



máxima de clientes para atender simultáneamente y no tenerlos en lista de espera y de esta manera reducir sus reclamos.

Es así que esta hipótesis concuerda y es probada satisfactoriamente, los servicios ineficientes si influyen en un mal manejo de los clientes.

3. Los actuales problemas que tienen los agentes de carga aérea consolidada no dependen de la calidad de servicio.

**Resultado de Problemas del operador logístico.** Los agentes de carga en estudio usualmente manejan una amplia cartera de clientes y a su vez se encuentran en búsqueda de nuevos clientes es así que el principal problema que muestran son los tiempos para la atención adecuada de cada cliente, generando muchas veces saturación o atrasos en los servicios ya sea de transporte internacional o servicio de aduana, generando de esta manera un aumento en sus reclamos y pérdidas de clientes.

Si bien los agentes de carga conocen a todos sus clientes ya que llevan una base de datos de todos muchas veces estos priorizan las necesidades de sus clientes con más antigüedad y mayor volumen de carga a transportar y que quizá transporten la misma cantidad de carga pero que al tener poco tiempo trabajando con el operador se ven afectados a esperar más tiempo para la solución de los reclamos generando muchas veces pérdidas de clientes y una mala imagen para el operador logístico.

**Contrastación.** Los operadores logísticos en estudio están directamente conectados a la calidad de los servicios que estos ofrecen ya que si bien algunos problemas son incontrolables a la organización con el factor clima los demás problemas como la atención de reclamos afecta seriamente en la calidad de servicio.

Además, otro problema que depende de la calidad de servicio es que muchas veces los agentes priorizan a sus clientes de acuerdo a la antigüedad dejando de lado a los clientes nuevos y de esta manera dando retrasos en la entrega del servicio; mostrándose de esta manera una imagen pésima hacia un nuevo cliente que busca un trato equitativo y personalizado.

Es así que la hipótesis planteada no guarda relación con los resultados obtenidos con esta investigación ya que la calidad de servicio se ve reflejada en los problemas que se presentan en el agente de carga aérea consolidada.

4. El grado de satisfacción del cliente está relacionado con el tipo de servicio brindando por el agente de carga aérea.

**Resultado de Grado de Satisfacción del cliente.** Un alto índice de clientes se siente satisfecho por el servicio brindado por sus agentes de carga, la mayoría expresa que los servicios brindados por el agente de carga aérea pueden ser mejorado. Los factores críticos de éxito para lograr una mayor satisfacción del cliente son tiempo, calidad y costo.

Por otro lado, recomendaron que debe dar mayor importancia al servicio post – venta luego de haber culminado el servicio de entrega.

**Resultado de Servicio que brinda el operador logístico.** Se puede apreciar que en la actualidad los servicios que brindan los agentes de carga aérea no solo se refiere al transporte internacional sino que adicionalmente estos ofrecen servicio de almacenaje, agencia de aduanas, transporte interno, asesorías en temas de transporte internacional ya sea para la importación o exportación, servicio de transporte aéreo para carga sobredimensionada, servicio de Courier internacional y nacional. Abarcando de esta manera gran parte de la cadena logística de transporte internacional y brindándole al cliente la oportunidad de conseguir todos los servicios en un solo agente y de esta manera ahorrarse costos que al hacerlo por separado sería más altos.

**Contrastación.** Los usuarios del servicio aéreo basan su satisfacción o insatisfacción de acuerdo al trato y al modo de servicio que reciben esto quiere decir que si el agente brinda un mal servicio fuese en cualquier tramo de la cadena de transporte o servicio de aduana será percibido de forma inmediata por el cliente como un servicio de mala calidad e ineficiente.

Durante la investigación se logró corroborar que los clientes centraban sus satisfacción más que nada en el tipo de servicio que brindan sus agentes de carga mas no tomando mucho en cuenta el factor económico es decir que un usuario prefiere pagar un costo elevado por el servicio aéreo siempre y cuando este sea de calidad y cumpla con sus expectativas generándose de esta forma un aumento en el nivel de satisfacción de dicho cliente.

Es así, que la hipótesis planteada fue contrastada con los resultados de la investigación, conociéndose que lo planteado es correcto con la realidad.

5. Una implementación de mejora en las políticas de los operadores logísticos aéreos mejoraría su nivel de competitividad y satisfacción del cliente

**Resultados de la implementación de políticas de mejora.** Mediante esta investigación se analizó los métodos para implementar políticas de mejora en los servicios, para esto es necesario que los agentes de carga rompan con sus paradigmas de servicio de calidad y establezcan un plan o proyecto para la formulación de nuevas políticas de servicios centrándose en los factores críticos de éxito del negocio: Calidad, costo y tiempo.

**Contrastación.** Una implementación de políticas de mejoras no basta para generar un mejor nivel de competitividad en el agente y la satisfacción del cliente, estas políticas que se van a implementar deben jerarquizarse de acuerdo a que cada política este centrada con los objetivos del agente y con la visión del mismo de manera que se represente mediante la visión un ideal y el cual será alcanzado adicionalmente con las nuevas políticas implementadas, centrándose de forma directa en la satisfacción del cliente

Una vez implementadas las políticas de mejora en los servicios y todos los colaboradores de los agentes la lleven a cabo paulatinamente el nivel de satisfacción de los clientes aumentara aumentando de esta forma su participación en el mercado el nivel de competitividad y la disposición para el uso del servicio aéreo por usuarios nuevas. Las políticas de mejora representan los cimientos para que mejore la competitividad del agente de carga aérea.

Es así que la hipótesis planteada contrasta con los resultados obtenidos durante la investigación.

### 3.1.4 Resultados Preliminares

Se mostrarán los principales resultados de nuestra investigación, y se mostrarán las actuales políticas y métodos de que utilizan los agentes de carga aérea y cuál es la percepción que tienen los usuarios acerca del agente con el que trabajan y su nivel de satisfacción al respecto.

#### Objetivo General

Determinar las políticas de servicio de los agentes de carga aérea que influyen en la satisfacción del cliente.

**Resultado.** En la actualidad los usuarios del servicio aéreo manifestaron que el tiempo de respuesta conforma la variable más importante dentro de sus políticas de servicio. Si bien es cierto, estos se sienten cómodos con sus actuales agentes de carga aérea, expresaron también tener ciertos problemas en los servicios que estos brindan presentando aún un índice de reclamos antes de que la carga sea abordada en el avión.

Por otro lado, en los agentes de carga aérea expresan que conocen a la perfección los requerimientos del cliente y que un 80% de los reclamos presentados son solucionados de forma inmediata dentro del rango de 24 a 48 horas, lo cual genera una brecha que si bien es pequeña es creciente y es el punto que genera insatisfacción en sus clientes.

#### Objetivos Específicos

1. Identificar las políticas actuales de los agentes de carga aérea consolidada

**Resultado.** En relación a las políticas actuales de los agentes de carga están centradas en la búsqueda de oportunidades de nuevos negocios (clientes), atención personalizada con cada uno buscando una estrategia de fidelización, mantener costos competitivos y tener procesos eficientes e innovadores. Actualmente, la práctica de un enfoque de mejora continua que permita detectar los problemas más frecuentes en las actividades de los procesos es débil, lo que

pone en riesgo que los reclamos se incrementen y no se cree una alta satisfacción del cliente.

## 2. Identificar los servicios de los agentes de carga aérea

**Resultado.** Debido a alta competencia que existe en este giro de negocio, en la actualidad los servicios que brindan los agentes de carga aérea no solo dedican sus esfuerzos al transporte internacional sino que adicionalmente ofrecen servicio de almacenaje, agencia de aduanas, transporte interno, asesorías en temas de transporte internacional ya sea para la importación o exportación, servicio de transporte aéreo para carga sobredimensionada, servicio de Courier internacional y nacional. De esta manera - gran parte de la cadena logística de transporte internacional y brindándole al cliente la oportunidad de conseguir todos los servicios en un solo agente y de esta manera fidelizar el flujo de su servicio que necesita de principio a fin.

## 3. Identificar los problemas que tienen los agentes de carga aérea

**Resultado.** El problema principal que muestran los agentes de carga aérea son los tiempos de respuesta, generando cuello de botella en los servicios ya sea de transporte internacional o servicio de aduana. Este problema genera un aumento de reclamos y pérdidas de clientes.

Es importante resaltar también que la demora en la entrega de tarifas y la demora de respuesta enviadas a origen constituyen un segundo y tercer problema, en ese orden.

## 4. Evaluar el grado de satisfacción de los clientes

**Resultado.** Un alto índice de clientes se siente satisfecho por el servicio brindado por sus agentes de carga, la mayoría expresa que los servicios brindados por el agente de carga aérea pueden ser mejorados. Los factores críticos de éxito para lograr una mayor satisfacción del cliente son tiempo, calidad y costo.

Por otro lado, recomendaron que debe dar mayor importancia al servicio post – venta luego de haber culminado el servicio de entrega.

5. Implementar las políticas de mejora en los servicios de los operadores logísticos aéreos para la carga consolidada aérea.

**Resultado.** De acuerdo a lo percibido de la investigación, las políticas de mejora en los servicios, constituyen lineamientos muy importantes para la calidad del servicio que ofrecen los agentes de carga aérea. La mayoría de los entrevistados coincidió que las siguientes políticas son importantes de aplicar para mejorar la calidad del servicio que se ofrece:

- Comunicación Interna y Externa. Comunicar todo de manera sincera, sencilla, precisa, oportuna y personalizada.
- Creatividad e Innovación. Anticipar las necesidades y deseos de nuestros clientes, compañeros y accionistas, para crear formas nuevas y rentables de satisfacción.
- Cumplimiento. Entregar lo acordado a tiempo, excediendo las expectativas.
- Cabalidad. Hacer todo con exactitud y terminar con precisión aquello a lo que nos comprometemos, cuidando los detalles.
- Agilidad y Seguridad en las operaciones. Actitud proactiva y acciones dinámicas preservando la seguridad e integridad de las mercancías.



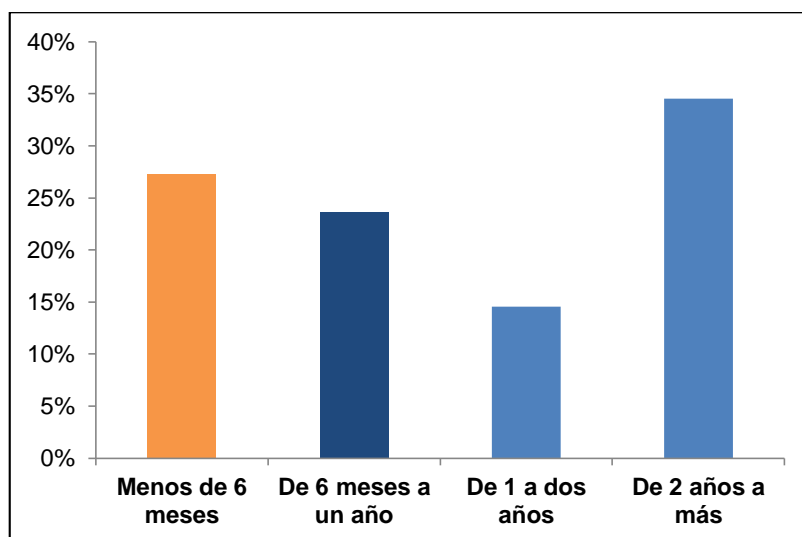
**a) ENCUESTA A PROFUNDIDAD**

Se realizó la encuesta a 55 clientes, según el formato de Guía de Encuesta presentada en el Anexo, de los cuales se presentan los siguientes resultados:

**PREGUNTA N° 01:** Tiempo de utilización del agente de carga

**Resultado:** La mayoría de los clientes cuentan con un agente de carga por más de 2 años.

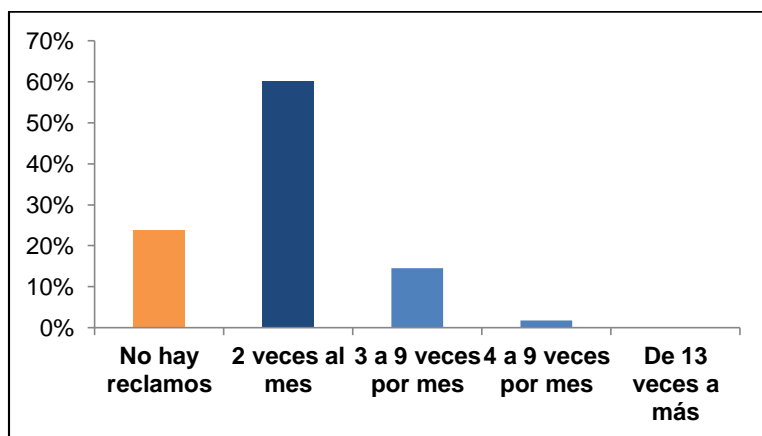
Descripción	Resultado	Porcentaje
Menos de 6 meses	15	27%
De 6 meses a un año	13	24%
De 1 a dos años	8	15%
De 2 años a más	19	35%
<b>TOTAL</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>



**PREGUNTA N° 02:** ¿Cuánto es el número promedio de reclamos mensual que presenta?

**Resultado:** La mayoría de los clientes presentan en promedio 2 reclamos al mes.

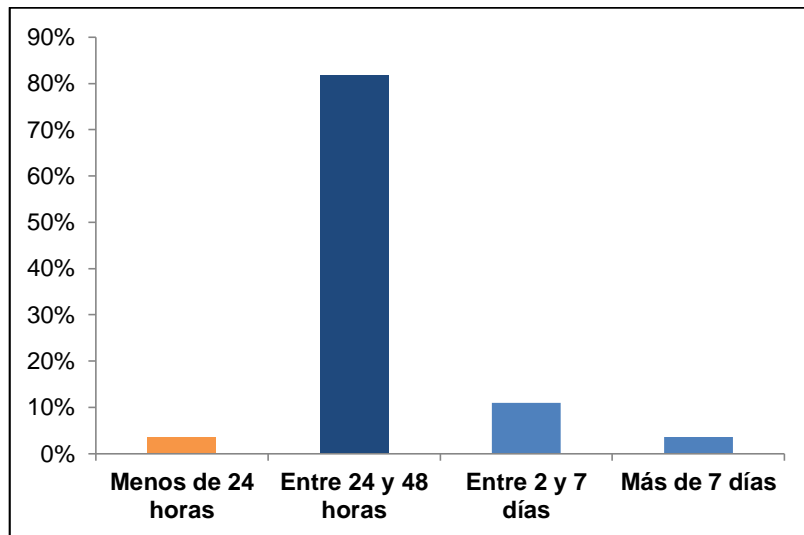
Descripción	Resultado	Porcentaje
No hay reclamos	13	24%
2 veces al mes	33	60%
3 a 9 veces por mes	8	15%
4 a 9 veces por mes	1	2%
De 13 veces a más	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>



**PREGUNTA N° 03:** ¿Cuánto es el tiempo de respuesta ante los reclamos?

**Resultado:** La mayoría de los clientes recibieron respuesta dentro de las 24 y 48 horas.

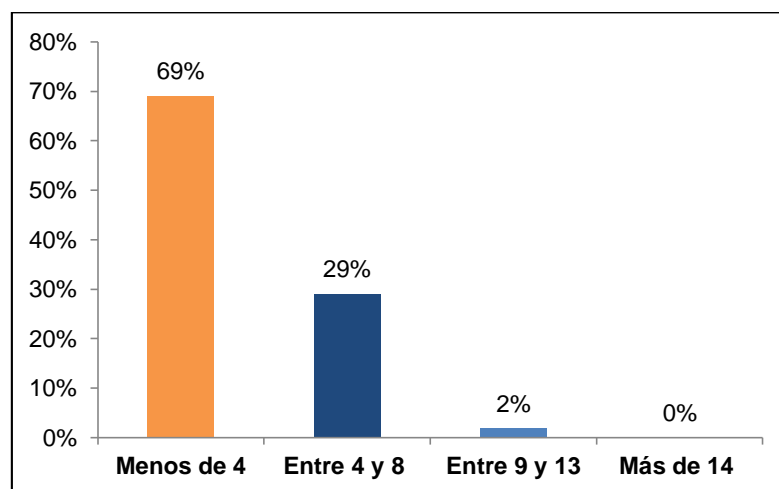
Descripción	Resultado	Porcentaje
Menos de 24 horas	2	4%
Entre 24 y 48 horas	45	82%
Entre 2 y 7 días	6	11%
Más de 7 días	2	4%
<b>TOTAL</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>



**PREGUNTA N° 04:** Número de casos solucionados en un mes

**Resultado:** La mayoría de los clientes contaron con 4 o menos casos solucionados.

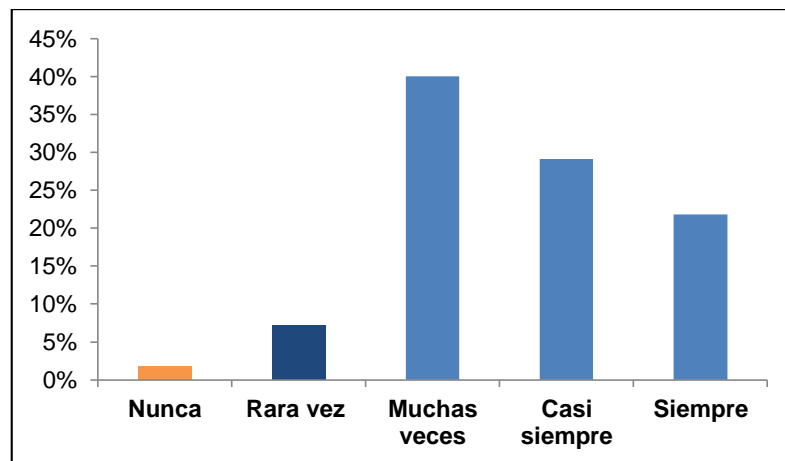
Descripción	Resultado	Porcentaje
Menos de 4	38	69%
Entre 4 y 8	16	29%
Entre 9 y 13	1	2%
Más de 14	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>



**PREGUNTA N° 05:** ¿Considera que los reclamos son resueltos satisfactoriamente?

**Resultado:** La mayoría de los clientes consideran que muchas veces sus reclamos fueron resueltos satisfactoriamente.

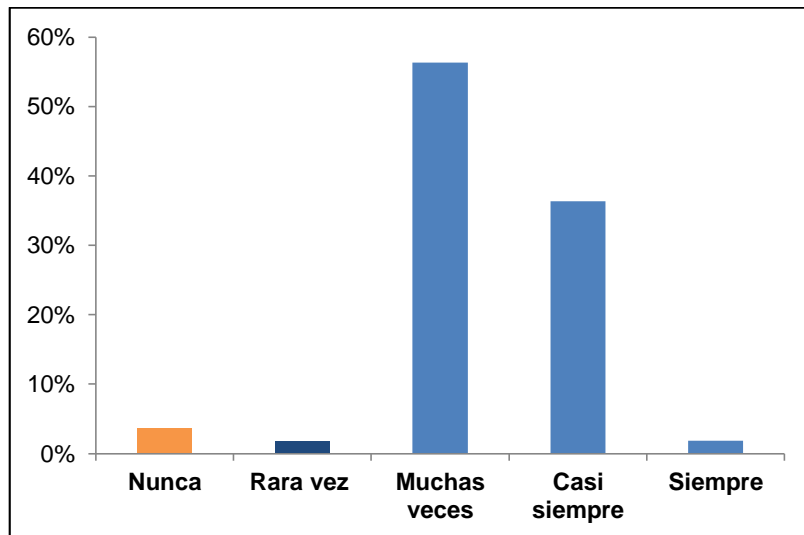
Descripción	Resultado	Porcentaje
Nunca	1	2%
Rara vez	4	7%
Muchas veces	22	40%
Casi siempre	16	29%
Siempre	12	22%
<b>TOTAL</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>



**PREGUNTA N° 06:** ¿Le ofrecen un servicio de Post atención?

**Resultado:** La mitad de los clientes recibieron un servicio de post venta.

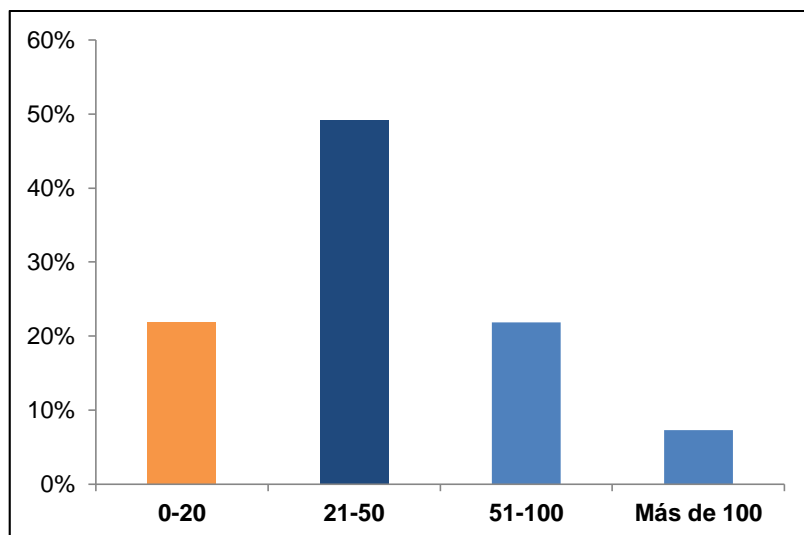
Descripción	Resultado	Porcentaje
Nunca	2	4%
Rara vez	1	2%
Muchas veces	31	56%
Casi siempre	20	36%
Siempre	1	2%
<b>TOTAL</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>



**PREGUNTA N° 07:** ¿Cuántos despachos realiza por mes?

**Resultado:** La mitad de los clientes realizan entre 21 a 50 despachos por mes.

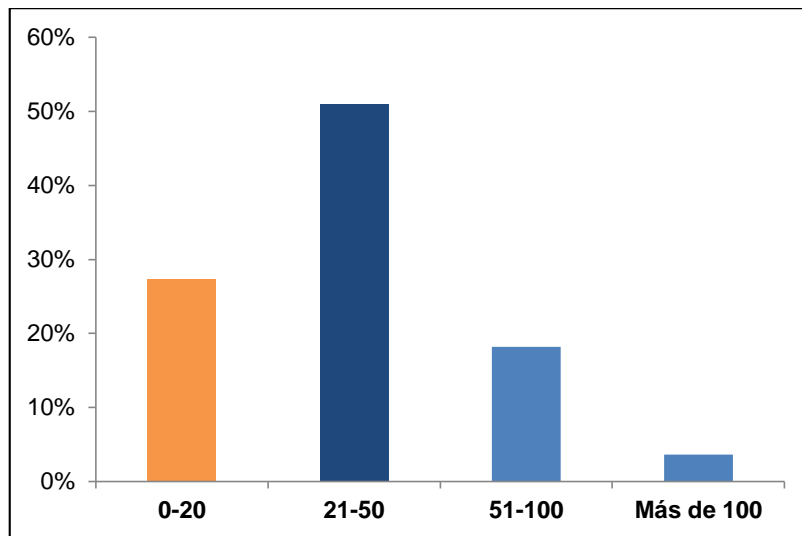
Descripción	Resultado	Porcentaje
0-20	12	22%
21-50	27	49%
51-100	12	22%
Más de 100	4	7%
<b>TOTAL</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>



**PREGUNTA N° 08:** ¿Cuántos embarques realiza por mes?

**Resultado:** La mitad de los clientes realizan entre 21 a 50 embarques por mes.

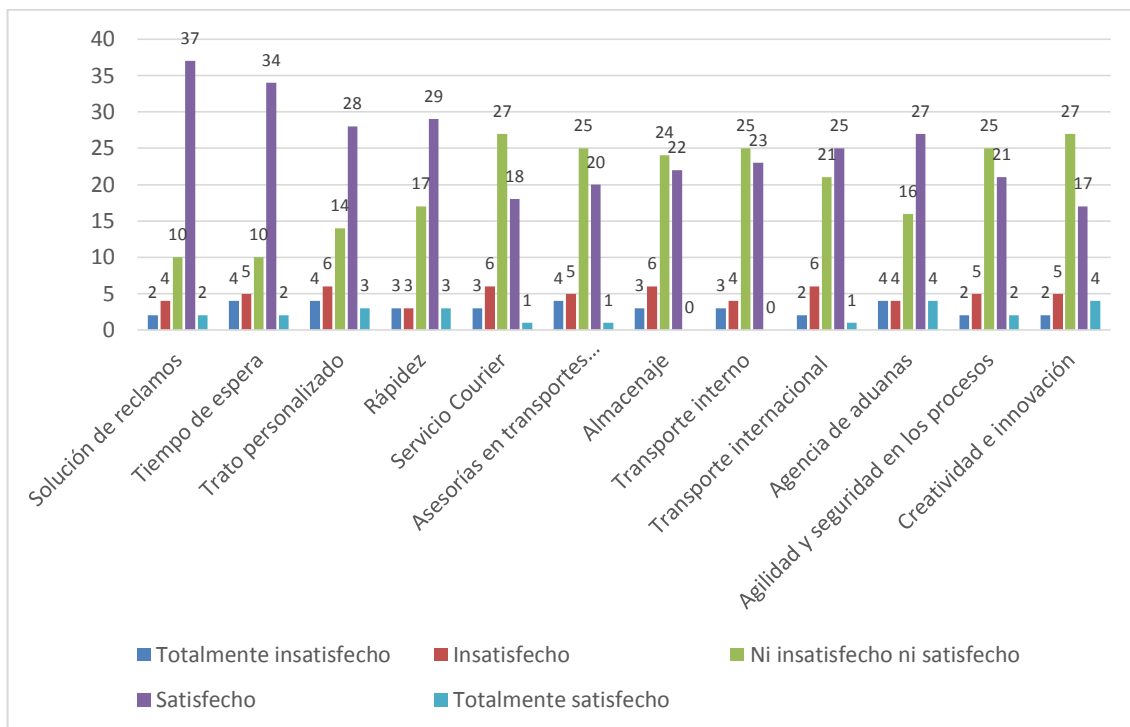
Descripción	Resultado	Porcentaje
0-20	15	27%
21-50	28	51%
51-100	10	18%
Más de 100	2	4%
<b>TOTAL</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>



**PREGUNTA N° 09:** ¿Qué tan satisfecho se encuentra en los siguientes servicios que brinda su agente de carga?

**Resultado:** La mitad de los clientes realizan entre 21 a 50 embarques por mes

Descripción	Totalmente insatisfecho	Insatisfecho	Ni insatisfecho ni satisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho	Resultado
Solución de reclamos	2	4	10	37	2	55
Tiempo de espera	4	5	10	34	2	55
Trato personalizado	4	6	14	28	3	55
Rapidez	3	3	17	29	3	55
Servicio Courier	3	6	27	18	1	55
Asesorías en transportes internacional	4	5	25	20	1	55
Almacenaje	3	6	24	22	0	55
Transporte interno	3	4	25	23	0	55
Transporte internacional	2	6	21	25	1	55
Agencia de aduanas	4	4	16	27	4	55
Agilidad y seguridad en los procesos	2	5	25	21	2	55
Creatividad e innovación	2	5	27	17	4	55

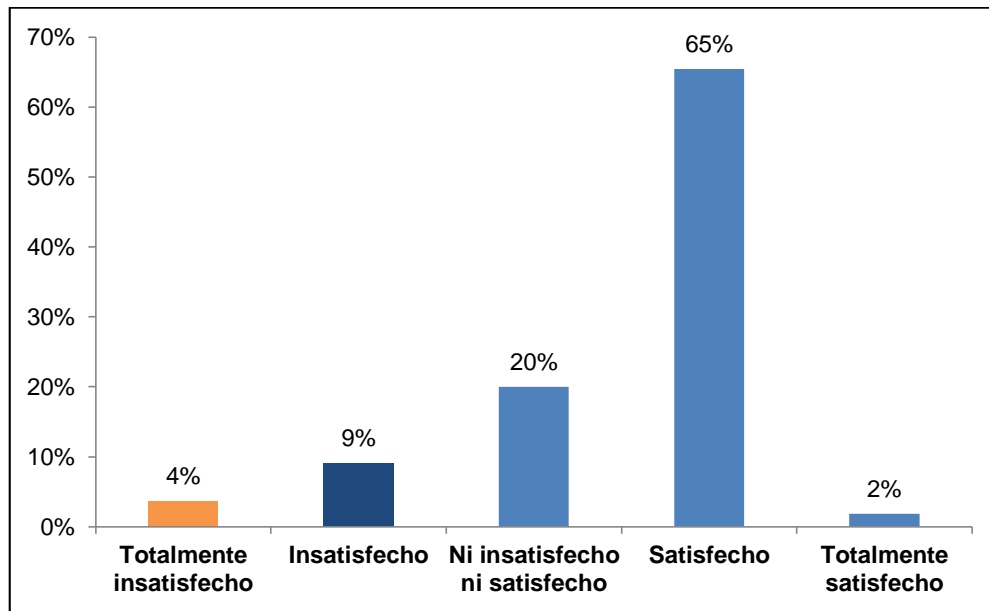


**PREGUNTA N° 10:** ¿Qué tan satisfecho o insatisfecho se encuentra con el servicio del agente de carga con el que está trabajando?

**Resultado:** Más de la mitad de los clientes se muestran satisfechos con el servicio brindado por el agente de carga Sin embargo, existe un considerable número que se muestra indiferente en la satisfacción.

Descripción	Resultado	Porcentaje
Totalmente insatisfecho	2	4%
Insatisfecho	5	9%
Ni insatisfecho ni satisfecho	11	20%
Satisfecho	36	65%
Totalmente satisfecho	1	2%
<b>TOTAL</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>





**b) ENTREVISTA A PROFUNDIDAD**

Tabla N° 3 - Resultado de entrevista a los clientes – Clientes corporativos

Preguntas	Mayra Munoz - S&S GROUP	Pilar Robles - BIC ANDINA PERU S.A	Carlos Gonzales HYDRAULICS PARTS TECHNOLOGY SAC	Wall import
¿Cargo que ocupa el entrevistado?	Coordinadora logística	Jefe de Logística	Gerente General	Gerente General
¿Qué funciones cumple dentro de la organización?	Interprete, administración de importaciones, manejo de los tratados internacionales, coordinación y negociación, análisis de precios, reporte a gerencia general, responsable del almacén	asistencia al área logística, entrega de informes, seguimiento y negociación con clientes	Elaboración de estrategias, control y manejo de personal elaboración de objetivos. Dirección general de la empresa y coordinación con clientes	Administración general de la empresa

Preguntas	Mayra Munoz - S&S GROUP	Pilar Robles - BIC ANDINA PERU S.A	Carlos Gonzales HYDRAULICS PARTS TECHNOLOGY SAC	Wall import
¿Cuál es el giro de la empresa?	Importación y comercialización de acabados para la construcción	Importadora	Importación de mangueras hidráulicas	Importación de materiales industriales
¿Con que frecuencia utilizan los servicios de los agentes de carga aérea?	entre 2 a 5 veces al mes	de 2 a 4 veces por mes	2 veces por mes	2 veces por mes
¿Qué facilidades post servicio les brinda el agente?	ninguno	ninguno	ninguno	esporádicamente
¿Se encuentra a gusto con el agente de carga que utiliza? Explique	No porque no cuenta con servicio post venta	Es lo mismo con uno y con otro porque siempre se demoran con los reclamos	Normal porque al fin de cuentas todos tienen problemas al momento de brindar el servicio	no
¿Cuáles son los diversos problemas que se presentan con el operador con el que trabaja?	Demora en la nacionalización de mercancías	Demora en los tiempos de transporte y proceso documentario.	Sobrecostos por demoras en errores que ellos comenten, incumplimiento en las fechas de contrato, demoras en el desaduanaje de la mercancía	Sobrecostos por demoras continuas en los agentes de carga
¿Con que frecuencia se presentan estos problemas?	Siempre	Casi siempre	Reiteradas veces	Seguido
¿Se le brindo solución a sus reclamos? Explique/detalle	Ninguno solo buscan justificaciones	Si de vez en cuando pero se toman un buen	Muchas veces, siempre con un tiempo de espera	Si, luego de un proceso de averiguaciones y detalles

Preguntas	Mayra Munoz - S&S GROUP	Pilar Robles - BIC ANDINA PERU S.A	Carlos Gonzales HYDRAULICS PARTS TECHNOLOGY SAC	Wall import
		tiempo en responder		
¿Cuáles son las mejoras que considera se deben aplicar a su agente de carga y porque?	Calidad de servicio, prontitud y servicio post venta	Velocidad en los servicios, reducción de los tiempos de espera y que cumplan lo que prometen	Servicio rápido veraz, y personalizado	Servicio post atención
¿Cómo es la relación que mantiene con el agente de carga?	Cordial	Normal	normal	cordial
¿Se encuentra satisfecho con el servicio brindado por su agente de carga?	No	normal	indiferente	No
¿Cómo llegaron a los operadores logísticos con los que trabajan?	Decisión de la gerencia	Guía de empresas	Publicidad	Recomendación
¿A qué atributos le da mayor prioridad?	Seguridad y confianza	Competitividad precios	Precios y puntualidad	Confianza

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N° 4 - Resultado de Entrevista a los Operadores de Carga Aérea

<b>Preguntas</b>	<b>Scharff International Courier And cargo – Carlos Abuid Heresi</b>
<b>¿Cargo que ocupa el entrevistado, antigüedad?</b>	Gerente comercial, 8 años
<b>¿Qué funciones cumple dentro de la organización?</b>	Elaboración de estrategias para aumentar ventas, administración del área comercial
<b>¿Cuáles son las actuales políticas de servicio?</b>	Brindar el mejor servicio con transparencia eficacia y centrado en el cliente
<b>¿Qué tipo de carga manejan usualmente?</b>	Todo tipo de carga y carga sobredimensionada y una sola carga para cada avión
<b>¿Qué políticas de servicio influyen más en la satisfacción del cliente?</b>	Puntualidad, Seguridad y Confianza, si se cumplieran estas 3 políticas en su empresa generaría nuestra satisfacción general.
<b>¿Qué operación o qué tipo de carga es la que representa mayor dificultad y cuál es la que presenta más reclamos?</b>	ninguna
<b>¿Cuáles son los inconvenientes que se presentan con mayor frecuencia?</b>	Tramites en aduanas el clima e itinerario
<b>¿En cuánto tiempo y como se solucionan los problemas? Explicar</b>	Varía de acuerdo al tipo de carga
<b>¿Cuáles son sus clientes más representativos?</b>	SONY, INKALPACA
<b>¿Cómo es la relación con los clientes?</b>	Lo más personalizada posible siempre con calidad
<b>¿Consideran que cumplen con las expectativas del cliente?</b>	si

Fuente: Elaboración Propia

## Objetivo General

Determinar las políticas de servicio de los agentes de carga aérea que influyen en la satisfacción del cliente.

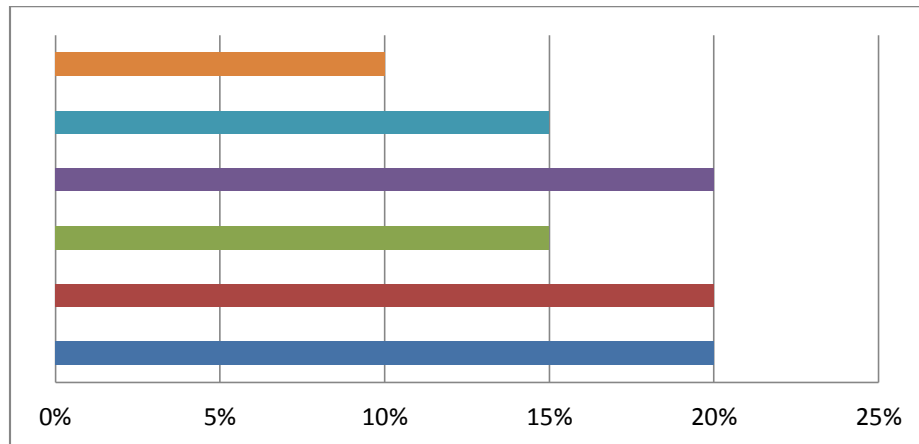


Figura Nº 3 - Relación entre las políticas actuales de los operadores logísticos para la carga Aérea y la satisfacción del cliente (Elaboración propia en base a Entrevista a profundidad).

**Resultado.** En la actualidad los usuarios del servicio aéreo manifestaron que el trato personalizado, la rapidez y el brindar soluciones innovadoras de respuesta conforman las variables más importantes dentro de sus políticas de servicio. Si bien es cierto, estos se sienten cómodos con sus actuales agentes de carga aérea, expresaron también tener ciertos problemas en los servicios que estos brindan presentando aún un índice de reclamos antes de que la carga sea abordada en el avión.

Por otro lado, en los agentes de carga aérea expresan que conocen a la perfección los requerimientos del cliente y que un 90% de los reclamos presentados son solucionados de forma inmediata dentro del rango de 24 a 48 horas, lo cual genera una brecha que si bien es pequeña es creciente y es el punto que genera insatisfacción en sus clientes.

## Objetivos Específicos

1. Identificar las políticas actuales de los agentes de carga aérea consolidada

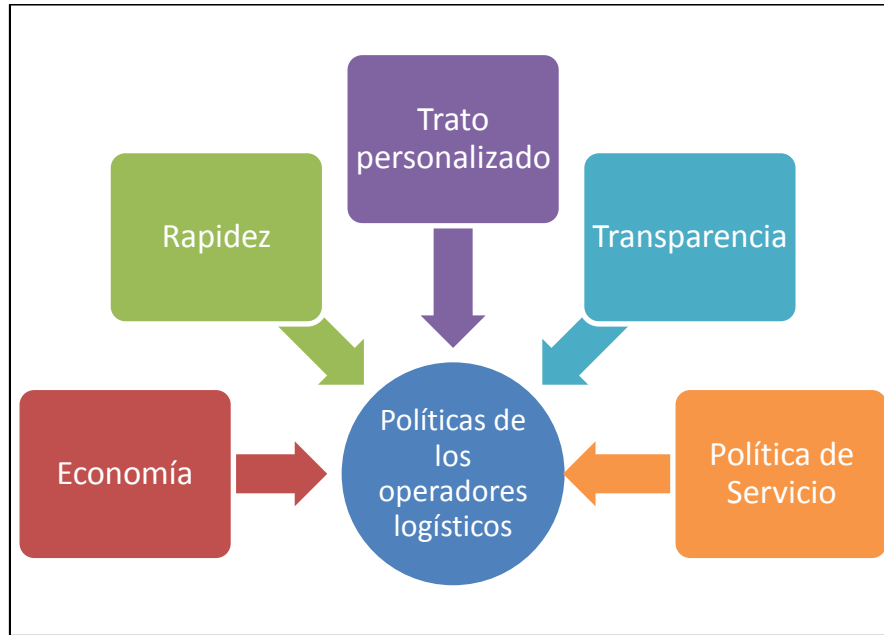


Figura N° 4 - Políticas de servicio de los agentes de carga  
Elaboración propia en base a entrevistas

**Resultado.** Actualmente las variables de trato personalizado, rapidez, transparencia, costo y calidad de servicio conforman el eje central de las políticas de los operadores logísticos que aplican a todas sus actividades agregando valor a sus procesos operacionales.

## 2. Identificar los servicios de los agentes de carga aérea



Figura N° 5 - Servicios que brindan los agentes de carga aérea  
Elaboración propia en base a entrevista a profundidad

**Resultado.** Debido a la alta competencia que existe, este giro de negocio, en la actualidad los servicios que brindan los agentes de carga aérea no solo dedican sus esfuerzos al transporte internacional sino que adicionalmente ofrecen servicio de almacenaje, agencia de aduanas, transporte interno, asesorías en temas de transporte internacional ya sea para la importación o exportación, servicio de transporte aéreo para carga sobredimensionada, servicio de Courier internacional y nacional. De esta manera gran parte de la cadena logística de transporte internacional y brindándole al cliente la oportunidad de conseguir todos los servicios en un solo agente y de esta manera fidelizar el flujo de su servicio que necesita de principio a fin.

### 3. Identificar los problemas que tienen los agentes de carga aérea

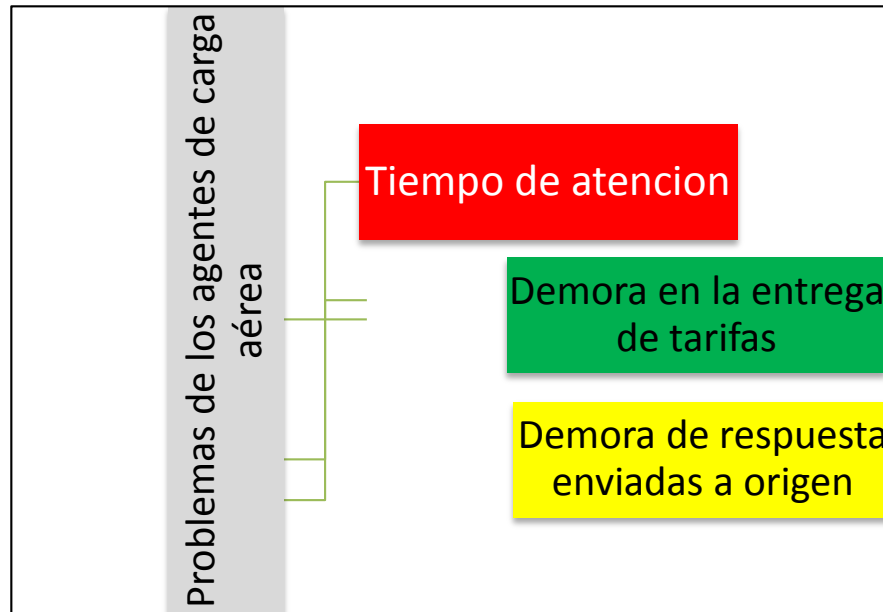


Figura N° 6 - Problemas de los agentes de carga aérea  
Elaboración propia en base a encuestas

**Resultado.** El problema principal que muestran los agentes de carga aérea son los tiempos de respuesta, generando cuello de botella en los servicios ya sea de transporte internacional o servicio de aduana. Este problema genera un aumento de reclamos y pérdidas de clientes.

Es importante resaltar también que la demora en la entrega de tarifas y la demora de respuesta enviadas a origen constituyen un segundo y tercer problema, en ese orden.



#### 4. Evaluar el grado de satisfacción de los clientes

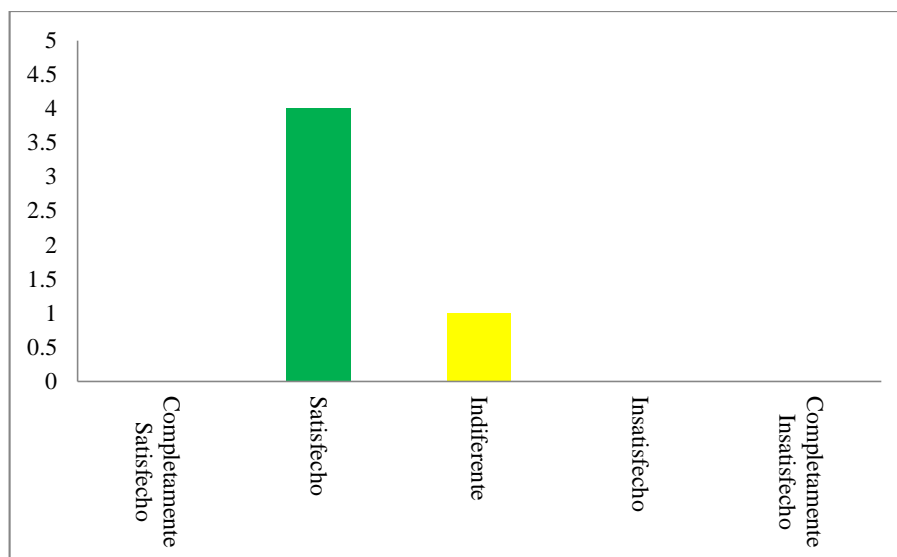


Figura Nº 7 - Grado de satisfacción del cliente  
Elaboración propia en base a encuestas

**Resultado:** Un alto índice de clientes se siente satisfecho por el servicio brindado por sus agentes de carga, la mayoría expresa que los servicios brindados por el agente de carga aérea pueden ser mejorados. Los factores críticos de éxito para lograr una mayor satisfacción del cliente son tiempo, calidad y costo.

Por otro lado, recomendaron que debe dar mayor importancia al servicio post –venta luego de haber culminado el servicio de entrega.

5. Implementar las políticas de mejora en los servicios de los operadores logísticos aéreos para la carga consolidada aérea.

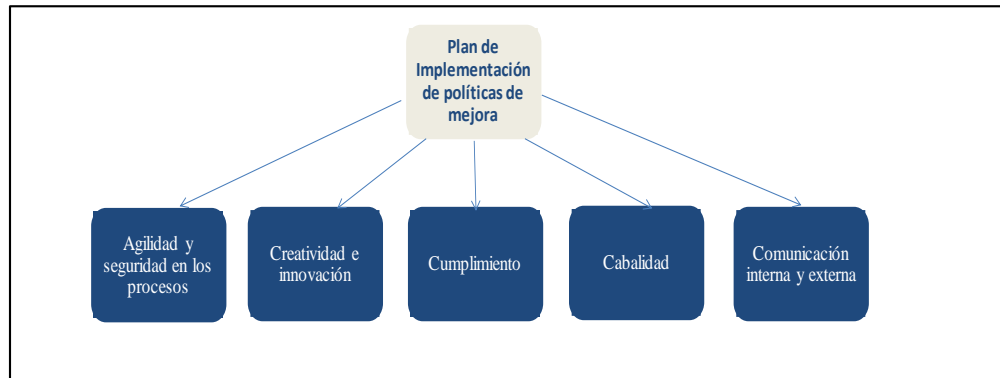


Figura Nº 8 - Implementación de políticas de mejora  
Elaboración propia en base a entrevista y encuestas

**Resultado.** De acuerdo a lo percibido de la investigación, las políticas de mejora en los servicios, constituyen lineamientos muy importantes para la calidad del servicio que ofrecen los agentes de carga aérea. La mayoría de los entrevistados coincidió que las siguientes políticas son importantes de aplicar para mejorar la calidad del servicio que se ofrece:

- *Comunicación Interna y Externa.* Comunicar todo de manera sincera, sencilla, precisa, oportuna y personalizada.
- *Creatividad e Innovación.* Anticipar las necesidades y deseos de nuestros clientes, compañeros y accionistas, para crear formas nuevas y rentables de satisfacción.
- *Cumplimiento.* Entregar lo acordado a tiempo, excediendo las expectativas.
- *Cabalidad.* Hacer todo con exactitud y terminar con precisión aquello a lo que nos comprometemos, cuidando los detalles.
- *Agilidad y Seguridad en las operaciones.* Actitud proactiva y acciones dinámicas preservando la seguridad e integridad de las mercancías

Combinando la información obtenida en los instrumentos se responde las preguntas de investigación como se detalla en la Tabla N° 2.

Tabla N° 5 - Respuestas a las Preguntas de Investigación

<b>PREGUNTAS DE INVESTIGACION</b>	<b>RESPUESTAS</b>
<b>Pregunta General</b>	
<p>¿De qué manera las políticas de servicio de los agentes de carga aérea mejorarían la satisfacción del cliente?</p>	<p>En la actualidad los usuarios del servicio aéreo manifestaron que el tiempo de respuesta conforma la variable más importante dentro de sus políticas de servicio. Si bien es cierto, estos se sienten cómodos con sus actuales agentes de carga aérea, expresaron también tener ciertos problemas en los servicios que estos brindan presentando aún un índice de reclamos antes de que la carga sea abordada en el avión.</p> <p>Por otro lado en los agentes de carga aérea expresan que conocen a la perfección los requerimientos del cliente y que un 60% de los reclamos presentados son solucionados de forma inmediata dentro del rango de 24 a 48 horas, lo cual genera una brecha que si bien es pequeña es creciente y es el punto que genera insatisfacción en sus clientes.</p>
<b>Preguntas específicas</b>	
<p>¿Cuáles son las actuales políticas de los agentes de carga aérea?</p>	<p>En relación a las políticas actuales de los agentes de carga están centradas en la búsqueda de oportunidades de nuevos negocios (clientes), atención personalizada con cada uno buscando una estrategia de fidelización, mantener costos competitivos y tener procesos eficientes e innovadores. Actualmente, la práctica de un enfoque de mejora continua que permita detectar los problemas más frecuentes en las actividades de los procesos es débil, lo que pone en riesgo que los reclamos se incrementen y no se cree una alta satisfacción del cliente.</p>

<p>¿Cuáles son los servicios que ofrecen actualmente los agentes de carga aérea?</p>	<p>Debido alta competencia que existe este giro de negocio, en la actualidad los servicios que brindan los agentes de carga aérea no solo dedican sus esfuerzos al transporte internacional sino que adicionalmente ofrecen servicio de almacenaje, agencia de aduanas, transporte interno, asesorías en temas de transporte internacional ya sea para la importación o exportación, servicio de transporte aéreo para carga sobredimensionada, servicio de Courier internacional y nacional. De esta manera gran parte de la cadena logística de transporte internacional y brindándole al cliente la oportunidad de conseguir todos los servicios en un solo agente y de esta manera fidelizar el flujo de su servicio que necesita de principio a fin.</p>
<p>¿Cuáles son los problemas que se presentan en los agentes de carga aérea?</p>	<p>El problema principal que muestran los agentes de carga aérea son los tiempos de respuesta, generando cuello de botella en los servicios ya sea de transporte internacional o servicio de aduana. Este problema genera un aumento de reclamos y pérdidas de clientes.</p> <p>Es importante resaltar también que la demora en la entrega de tarifas y la demora de respuesta enviadas a origen constituyen un segundo y tercer problema, en ese orden.</p>
<p>¿Cuál es el grado de satisfacción que presentan los clientes?</p>	<p>Un alto índice de clientes se siente satisfecho por el servicio brindado por sus agentes de carga, la mayoría expresa que los servicios brindados por el agente de carga aérea pueden ser mejorados. Los factores críticos de éxito para lograr una mayor satisfacción del cliente son tiempo, calidad y costo.</p> <p>Por otro lado, recomendaron que debe dar mayor importancia al servicio post –venta luego de haber culminado el servicio de entrega.</p>
<p>¿Cómo se implementan las políticas de mejora</p>	<p>De acuerdo a lo percibido de la investigación, las políticas de mejora en los servicios, constituyen lineamientos muy importantes para la calidad del servicio que ofrecen los agentes de carga aérea. La mayoría de los entrevistados coincidió que</p>

en los agentes de carga aérea?	las siguientes políticas son importantes de aplicar para mejorar la calidad del servicio que se ofrece:
	- <i>Comunicación Interna y Externa</i> . Comunicar todo de manera sincera, sencilla, precisa, oportuna y personalizada.
	- <i>Creatividad e Innovación</i> . Anticipar las necesidades y deseos de nuestros clientes, compañeros y accionistas, para crear formas nuevas y rentables de satisfacción.
	- <i>Cumplimiento</i> . Entregar lo acordado a tiempo, excediendo las expectativas.
	- <i>Cabalidad</i> . Hacer todo con exactitud y terminar con precisión aquello a lo que nos comprometemos, cuidando los detalles.
	- <i>Agilidad y Seguridad en las operaciones</i> . Actitud proactiva y acciones dinámicas preservando la seguridad e integridad de las mercancías.

Fuente: Elaboración propia

### 3.2 CONCLUSIONES

#### 1. ¿Cuáles son las actuales políticas de los agentes de carga aérea?

**Objetivo.** Identificar las políticas actuales de los agentes de carga aérea consolidada

**Conclusión.** Las actuales políticas con las que cuentan los operadores logísticos de carga aérea consolidada son políticas claras y concisas centradas únicamente en la captación de clientes y en brindar el servicio únicamente, descuidando la calidad de servicio, las necesidades y la percepción que pueda tener el cliente por el servicio brindado.

2. ¿Cuáles son los servicios que ofrecen actualmente los agentes de carga aérea?

**Objetivo.** Identificar los servicios de los agentes de carga aérea

**Conclusión.** Los servicios actuales en los agentes de carga aérea consolidada como el transporte aérea internacional, desaduanaje de la mercancía, y demás servicios se están dando de manera insuficiente e ineficiente.

3. ¿Cuáles son los problemas que se presentan en los agentes de carga aérea?

**Objetivo.** Identificar los problemas que tienen los agentes de carga aérea.

**Conclusión.** El problema principal es el tiempo de respuesta, generando cuello de botella en los servicios, ya sea de transporte internacional o servicio de aduana. Como consecuencia, se genera un aumento de reclamos y pérdidas de clientes. Es importante resaltar también que la demora en la entrega de tarifas y la demora de respuesta enviadas a origen constituyen un segundo y tercer problema, en ese orden.

4. ¿Cuál es el grado de satisfacción que presentan los clientes?

**Objetivo.** Evaluar el grado de satisfacción del cliente.

**Conclusión.** El cliente es el factor principal de toda empresa es así que un grado de insatisfacción parte del cliente genera una pérdida de mercado al operador y un alto índice de variabilidad de clientes es decir que estos constantemente están rotando de operador en operador buscando un servicio adecuado que les satisfaga.

5. ¿Cómo se implementan las políticas de mejora en los agentes de carga aérea?

**Objetivo.** Implementar las políticas de mejora en los servicios de los operadores logísticos aéreos para la carga consolidada aérea.

**Conclusión.** La implementación de nuevas políticas de mejora permitiría, un mejor manejo de los servicios brindados, una gestión y manejo de cartera de clientes con calidad lo cual desarrollaría un aumento en el nivel de utilización del servicio aéreo, así como un aumento de competitividad del mismo mediante la captación de una mayor cantidad de clientes, generando de esta manera confianza y participación de mercado al operador, además.

### 3.3 RECOMENDACIONES

#### Para los operadores

1. Establecer adecuadas políticas de servicios en los operadores ya que estas son las bases de la organización y sobre ella se brindan los servicios.
2. Utilizar nuevos sistemas para el manejo de base de datos de clientes en las cuales se recolecte sus exigencias y requerimientos.
3. Brindar logística reversa para así de esta manera lograr conocer si el servicio brindado fue satisfactorio y de no serlo recopilar información de los defectos que un podrían presentarse y mejorarlos.
4. Contar con mecanismos de control internos adecuados dentro del agente con el fin de suprimir problemas que se están presentando y mejorar la calidad de servicio.
5. Establecer un plan de implementación de políticas basada en los valores del agente de carga con el fin de que el cambio de sea paulatinamente.
6. Adquirir certificaciones de calidad de servicio (ISO 9001:2008) para aumentar la competitividad ante los clientes.

**Para las autoridades fiscalizadoras**

1. Establecer centros de ayuda a los clientes en los cuales estos puedan exponer los problemas o quejas que puedan tener con los operadores logísticos.
2. Establecer políticas para los agentes de carga aérea para que de esta manera brinden un mejor servicio.
3. Fiscalizar no solo los cumplimientos legales de los operadores sino también auditorias de calidad de servicio y exigir certificaciones de calidad de servicio mínimas a los agentes de carga.

**Para el gobierno:**

1. Promover la utilización del servicio logístico aérea o/e impulsar su desarrollo para así aumentar su competitividad.



### 3.4 FUENTES DE INFORMACIÓN

1. ADEX. (2011). Operadores logísticos apuestan por la mediana y pequeña industria exportadora - Falta de infraestructura afecta la competitividad . *Perú Exporta*(340), 24 - 28.
2. Agrícola, P. (2011). *Agricultura del Perú*. Recuperado el 2015, de <http://agriculturadelperu.blogspot.com/>
3. ALDERSON. (1954). *Factors Governing the Development of Marketing Channel*. Homewood: R.M CLEWET.
4. APEM. (2011). *Asociación peruana de Productores y Exportadores*. Recuperado el 2015, de <http://www.apem.org.pe/>
5. Ballou, R. (2004). *Logística Administración de la Cadena de Suministro* (5ta ed. ed.). Mexico: Pearson Education.
6. BALLESTEROS RIVERA, Diana, Pedro BALLESTEROS SILVA y Tito DUARTE (2009). *Contribuciones de la Logística al desarrollo sostenible. Impacto de los operadores logísticos*. Scientia et Technica. Pereira, Año XV, No 41, pp. 172–173. Recuperado de: <http://www.utp.edu.co/php/revistas/ScientiaEtTechnica/docsFTP/171-176.pdf>
7. Cámara de Comercio. (2004). Los servicios logísticos en el Perú están en constante crecimiento. *Comercio & producción*(2315), 5 - 6.
8. Cardenas, J. (2011). *El desarrollo de los operadores logísticos en el Perú*. Obtenido de <http://businesstech.pe/ransa/sites/default/files/informacion/doc/desarrollo%20operadores%20logisticos.pdf>
9. Carmona, G. (2007). La logística evoluciona, el outsourcing toma valor. CEIN (Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra)
10. Casares, J., & Rebollo, A. (2000). *Distribución Comercial* (2da ed.). editorial Civitas.
11. CCHIAVENATO, Idalberto, “Introducción a la Teoría General de la Administración”, Bogotá, Mc Graw Hill, 1997, 879 págs.

12. Chopra, S., & Meindl, P. (2007). *Administración de la Cadena de Suministro* (3 ed.). EE.UU: Pearson Prentice Hall.
13. Christopher, M., & Lee, H. (2001). *Confidence of supply chain*. Obtenido de <http://www.stanford.edu/group/scforum/welcome/white%20papers/supply%20chain%20confidence%2021402.pdf>
14. ComexPeru. (s.f.). *Agroindustria*. Obtenido de <http://www.comexperu.org.pe/archivos%5Crevista%5CNoviembre06%5Cportada.pdf>
15. CSCM. (2008). *Council of Supply Chain Management*. Obtenido de <http://cscmp.org/aboutcscmp/definitions/definition.asp>
16. d., w. S. (2009). *CAJAS DE CARTON CORRUGADO*. Recuperado el 2015, de <http://www.dw.com.ar/product.asp?id=117>
17. Durand , A., & Gutierrez, G. (2001). *La logística del comercio electrónico*. Madrid: Mc Graw Hill .
18. El sector de operadores logísticos en el Perú. (2010). Recuperado de: <http://www.comexperu.org.pe/archivos%5Crevista%5Cfebrero08%5Comercio exterior.pdf>
19. EUMED. (2011). *BIBLIOTECA VIRTUAL EUMED*. Recuperado el 2015, de <http://www.eumed.net/libros/2008c/436/Asociaciones%20Del%20Concepto%20de%20Responsabilidad%20Social%20en%20La%20Agricola.htm>
20. Evans, J., & Lindsay, W. (2000). *Administración y Control de Calidad*. Mexico: Editorial Internacional Thompson .
21. Feigenbaum, A. (1998). *Control de la Calidad Ingeniería y Administración*. Mexico: Compañía Editorial Continental.
22. Feigenbaum, A. (1998). *Control de la Calidad Ingeniería y Administración*. Mexico: Compañía Editorial Continental .
23. Figueroa, C. (2007). *Logística Integral: la gestión operativa de la empresa*. 3era edición. Editorial ESIC, España.
24. Florida, E. d. (2009). *Negocios internacionales*. Recuperado el 2015, de [http://www.enif.org/talleres\\_asistidos\\_exportar.htm#contratos](http://www.enif.org/talleres_asistidos_exportar.htm#contratos) Fred R.

- David, "Conceptos de Administración Estratégica", Ed. Prentice Hall, México, 2003, 384 págs.
25. Gaytan, J., Trujillo, T., Arroyo, P., & Wójcik, A. (2002). *Comparacion Cliente - Proveedor sobre la Calidad de Servicio Logistico*. Mexico: ITESM.
  26. Gomez Cruz, M., Gomez Tovar, L., & Schwentesius, R. (2009). *Estudio y produccion de Agrícola*. Recuperado el 2015, de <http://www.infoaserca.gob.mx/proafex/maracuya.pdf>
  27. GS1 Perú (2009). "40% de las empresas tercerizan su logística. Entrevista a Lissy Sperber, representante de Center for Emerging Logistics & Supply Chains (CELSC). Boletín Electrónico Oficial de GS1 Perú. Lima. Recuperado de: [http://www.gs1pe.org/e\\_news/05\\_en\\_un\\_click\\_02.htm#up](http://www.gs1pe.org/e_news/05_en_un_click_02.htm#up)
  28. Gutierrez, G., & Prida, B. (1998). *Logistica y Distribucion Fisica: Evolucion, Situacion Actual, Analisis Comparativo y Tendencias*. Madrid: Mc Graw Hill.
  29. IATA, A. (2011). *Asociacion Internacional de Transporte Aereo*. Obtenido de <http://www.iata.org/Pages/default.aspx> Internacional.CC-UNCTAD/, F. (1972). Unitarizacion. La revolucion de los transportes. *Volumen VIII*(Nº 4).
  30. Internacionales, N. (2008). *El Desarrollo de los Operadores Logisticos en el Perú*. Obtenido de <http://www.comexperu.org.pe/archivos%5Crevista%5Cfebrero08%5Ccomercioexterior.pdf>
  31. Ishikawa, K. (1988). *¿Qué es el control total de la calidad? La modalidad japonesa*. Bogotá: Editorial Norma .
  32. LAN CARGO (2012). Recuperado de:  
<http://es.lancargo.com/servicios/perecederos/>  
<http://es.lancargo.com/servicios/mercanciasvaloradas>  
<http://es.lancargo.com/servicios/mercancias-peligrosas>
  33. Long, D. (2006). *Logística Internacional* (1ra ed.). Limusa: Noriega Editores.
  34. Lopez Astudillo, A. (2008). *Logistica Aerea*. Obtenido de <http://www.icesi.edu.co/blogs/logisticaaerea/>

35. Mayorga, D. (1992). *Introducción a los Negocios Internacionales*. Lima: Universidad Pacífico.
36. Mendez Garcia De Paredes, J. L., & Oubiña Barbolla, J. (s.f.). *Logística: la asignatura en materia de gestión*.  
[http://www.mercasa.es/files/multimedios/1297896211\\_DYC\\_2002\\_63\\_53\\_65.pdf](http://www.mercasa.es/files/multimedios/1297896211_DYC_2002_63_53_65.pdf)
37. MINCETUR. (2010). *Guía de Orientación al Usuario del Transporte Aéreo* (Vol. II). Lima: Dirección Nacional de Comercio Exterior.
38. MINCETUR. (2009). *Guía de Orientación al Usuario del Transporte Aéreo* (Vol. II). Lima: Dirección Nacional de Comercio Exterior
39. Poirier, C. (2001). *Administración de Cadenas de Aprovisionamiento: como construir una ventaja competitiva sostenida*. Mexico: Oxford University Press Mexico.
40. RICO, Rubén (1996) *Calidad estratégica total: Total quality management*, Ediciones Macchi, Buenos Aires – Argentina, páginas 37-40
41. Ruibal, A. (2008). *Gestión Logística de la Distribución Física Internacional*. Colombia: Editorial Norma.
42. SIICEX. (2010). *Guía de Acondicionamiento y Embalaje*. Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/3405193rad609A3.pdf>
43. Soret Los Santos, I. (2004). *Logística Comercial y Empresarial* (4ta ed ed.). Madrid: ESIC EDITORIAL.
44. SUNAT. (s.f.). *OPERATIVIDAD ADUANERA*. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/operatividadaduanera/index.html>
45. Vega Muñoz, A., & Reinoso Alarcon, H. (2005). Diseño de una herramienta para la evaluación de la calidad de servicio de operadores logísticos. *Revista Ingeniería Industrial*, 1-27.
46. Videla Escalada, L. (2002). *Derecho Aeronáutico* (Vol. III). Buenos Aires: Fidenter.

### 3.5 ANEXOS

#### 3.5.1 MATRIZ DE CONSISTENCIA

Problema General	Objetivo General	Hipótesis General
1. ¿De qué manera las políticas de servicio de los agentes de carga aérea mejorarían la satisfacción del cliente?	1. Determinar las políticas de servicio de los agentes de carga aérea que influyen en la satisfacción del cliente.	1. Las actuales políticas de servicio de los operadores logísticos aéreos para la carga consolidada son factores clave que determinan el grado de satisfacción del usuario.
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas
1. ¿Cuáles son las actuales políticas de los agentes de carga aérea?	1. Identificar las políticas actuales de los agentes de carga aérea consolidada.	1.1 Las actuales políticas de servicio de los agentes de carga reducen la competitividad del cliente.
2. ¿Cuáles son los servicios que ofrecen actualmente los agentes de carga aérea?	2. Identificar los servicios de los agentes de carga aérea.	2.1 La calidad de servicio de los operadores logísticos actuales se correlaciona con la gestión de cartera de clientes.
3. ¿Cuáles son los problemas que se presentan en los agentes de carga aérea?	3. Identificar los problemas que tienen los agentes de carga aérea.	3.1 Los actuales problemas que tienen los agentes de carga aérea consolidada no dependen de la calidad de servicio.
4. ¿Cuál es el grado de satisfacción que presentan los clientes?	4. Evaluar el grado de satisfacción de los clientes.	4.1 El grado de satisfacción del cliente está relacionado con el tipo de servicio brindando por el agente de carga aérea.
5. ¿Cómo se implementan las políticas de mejora en los agentes de carga aérea?	5. Implementar las políticas de mejora en los servicios de los operadores logísticos aéreos para la carga consolidada aérea.	5.1 La implementación de mejora en las políticas de los operadores logísticos aéreos mejoraría su nivel de competitividad y satisfacción del cliente.

### 3.5.2 ENCUESTAS- CUESTIONARIOS- ENTREVISTAS

#### GUIA DE ENTREVISTA – Agente de Carga Aérea (Juicio Expertos)

##### Información Sobre el Especialista

<b>Nombre</b> _____ <b>Sexo:</b> Femenino( ) Masculino ( ) <b>Profesión o Especialidad :</b> _____ <b>Años de Experiencia Laboral :</b> _____ <b>Correo:</b> _____ <b>Teléfonos:</b> _____
<b>Guía de entrevista para el agente de carga aérea consolidada</b>
<ol style="list-style-type: none"><li>1 ¿Cargo que ocupa el entrevistado, antigüedad?</li><li>2 ¿Qué funciones cumple dentro de la organización?</li><li>3 ¿Cuáles son las actuales políticas de servicio?</li><li>4 ¿Qué tipo de carga manejan usualmente?</li><li>5 ¿Qué políticas de servicio influyen más en la satisfacción del cliente?</li><li>6 ¿Qué operación o qué tipo de carga es la que representa mayor dificultad y cuál es la que presenta más reclamos?</li><li>7 ¿Cuáles son los inconvenientes que se presentan con mayor frecuencia?</li><li>8 ¿En cuánto tiempo y como se soluciona los problemas? Explicar</li><li>9 ¿Cuáles son sus clientes más representativos?</li><li>10 ¿Cómo es la relación con los clientes?</li><li>11 ¿Consideran que cumplen con las expectativas del cliente?</li></ol>
<b>Comentario o Sugerencia:</b> ..... ..... .....

Fuente: Elaboración propia

## GUIA DE ENTREVISTA – Clientes

Nombre \_\_\_\_\_

Sexo: Femenino( ) Masculino ( )

Profesión o Especialidad : \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_

Correo: \_\_\_\_\_

Teléfonos: \_\_\_\_\_

### Guía de entrevista para los clientes corporativos

1. ¿Cargo que ocupa el entrevistado?
2. ¿Qué funciones cumple dentro de la organización?
3. ¿Cuál es el giro de la empresa?
4. ¿Con que frecuencia utilizan los servicios de los agentes de carga aérea?
5. ¿Qué facilidades post servicio les brinda el agente?
6. ¿Se encuentra a gusto con el agente de carga que utiliza? Explique
7. ¿Cuáles son los diversos problemas que se presentan con el operador con el que trabaja?
8. ¿Con que frecuencia se presentan estos problemas?
9. ¿Se le brindó solución a sus reclamos? Explique/detalle
10. ¿Cuáles son las mejoras que considera se deben aplicar a su agente de carga y porque?
11. ¿Cómo es la relación que mantiene con el agente?
12. ¿Se encuentra satisfecho con el servicio brindado por su agente de carga?
13. ¿Cómo llegaron a los operadores logísticos con los que trabajan?
14. ¿A qué atributos le da mayor prioridad?

### Comentario o Sugerencia:

.....  
.....  
.....

Fuente: Elaboración propia

## GUÍA DE ENCUESTA – OPERADOR LOGISTICO

Estimado Licenciado:

Con la finalidad de mejorar la calidad de servicio de los agentes de carga consolidada aérea, estamos realizando la siguiente encuesta, por lo cual agradeceríamos sea contestada con la mayor sinceridad posible. Favor escribir su nombre

Le agradecemos su colaboración

Preguntas	Alternativas o respuestas
1. ¿Se conocen las exigencias de cada cliente?	<input type="radio"/> Si <input type="radio"/> No
2. ¿Cuál es el número de reclamos que se presentan dentro de la organización por mes?	<input type="radio"/> No hay reclamos <input type="radio"/> 4 reclamos por mes <input type="radio"/> De 5 a 11 veces por mes <input type="radio"/> 12 a 15 veces por mes <input type="radio"/> De 15 a mas
3. ¿Cuánto es la cantidad de reclamos por cliente corporativo?	<input type="radio"/> No hay reclamos <input type="radio"/> 2 veces por mes <input type="radio"/> De 3 a 9 veces por mes <input type="radio"/> 10 a 13 veces por mes <input type="radio"/> De 13 a mas
4. ¿Cuánto es el tiempo de respuesta ante los reclamos?	<input type="radio"/> Menos de 24 horas <input type="radio"/> Entre 24 y 48 horas <input type="radio"/> Entre 2 a 7 días <input type="radio"/> Más de 7 días
5. Número de casos solucionados	<input type="radio"/> Menos de 4 <input type="radio"/> Entre 4 y 8 casos <input type="radio"/> Entre 9 y 13 casos solucionados <input type="radio"/> De 14 a mas
6. Considera que los reclamos son resueltos satisfactoriamente	<input type="radio"/> Nunca <input type="radio"/> Rara vez <input type="radio"/> Muchas veces <input type="radio"/> Casi siempre <input type="radio"/> Siempre
7. ¿Se realiza Servicio post atención?	<input type="radio"/> Nunca <input type="radio"/> Rara vez <input type="radio"/> Muchas veces <input type="radio"/> Casi siempre <input type="radio"/> Siempre
8. ¿Cuánto es el número de despachos por mes?	<input type="radio"/> 0 - 20 <input type="radio"/> 21- 50 <input type="radio"/> 51- 100 <input type="radio"/> De 100 a mas
9. ¿Cuánto es el número de embarques por mes?	<input type="radio"/> 0 - 20 <input type="radio"/> 21- 50 <input type="radio"/> 51- 100 <input type="radio"/> De 100 a mas

Fuente: Elaboración propia



## GUÍA DE ENCUESTA – CLIENTES

Estimado licenciado:

Con la finalidad de mejorar la calidad de servicio de los agentes de carga consolidada aérea, estamos realizando la siguiente encuesta, por lo cual agradeceríamos sea contestada con la mayor sinceridad posible.

Nombre del agente de carga aérea con el que trabaja: \_\_\_\_\_

preguntas	Alternativas o respuestas
1. Tiempo de utilización del agente de carga	<input type="checkbox"/> Menos de 6 meses <input type="checkbox"/> De 6 meses a un año <input type="checkbox"/> De 1 a 2 años <input type="checkbox"/> De 2 años a mas
2. ¿Cuál es el número promedio de reclamos que presenta?	<input type="checkbox"/> No hay reclamos <input type="checkbox"/> 2 veces por mes <input type="checkbox"/> De 3 a 9 veces por mes <input type="checkbox"/> 10 a 13 veces por mes <input type="checkbox"/> De 13 a mas
3. ¿Cuánto es el tiempo de respuesta ante los reclamos?	<input type="checkbox"/> Menos de 24 horas <input type="checkbox"/> Entre 24 y 48 horas <input type="checkbox"/> Entre 2 a 7 días <input type="checkbox"/> Más de 7 días
4. Número de casos solucionados	<input type="checkbox"/> Menos de 4 <input type="checkbox"/> Entre 4 y 8 casos <input type="checkbox"/> Entre 9 y 13 casos solucionados <input type="checkbox"/> De 14 a mas
5. ¿Considera que los reclamos son resueltos satisfactoriamente	<input type="checkbox"/> Nunca <input type="checkbox"/> Rara vez <input type="checkbox"/> Muchas veces <input type="checkbox"/> Casi siempre <input type="checkbox"/> Siempre
6. ¿Le ofrecen un servicio de Post atención?	<input type="checkbox"/> Nunca <input type="checkbox"/> Rara vez <input type="checkbox"/> Muchas veces <input type="checkbox"/> Casi siempre <input type="checkbox"/> Siempre
7. ¿Cuántos despachos realiza por mes?	<input type="checkbox"/> 0 - 20 <input type="checkbox"/> 21- 50 <input type="checkbox"/> 51- 100 <input type="checkbox"/> De 100 a mas
8. ¿Cuántos embarques realiza por mes?	<input type="checkbox"/> 0 - 20 <input type="checkbox"/> 21- 50 <input type="checkbox"/> 51- 100 <input type="checkbox"/> De 100 a mas

9. ¿Qué tan satisfecho o insatisfecho te encuentras en los siguientes servicios que brinda su agente de carga?

	Totalmente insatisfecho (1)	Insatisfecho (2)	Ni insatisfecho ni satisfecho (3)	Satisfecho (4)	Totalmente satisfecho (5)
Solución de reclamos					
Tiempo de espera					
Trato personalizado					
Rapidez					
Servicio Courier					
Asesorías en transporte internacional					
Almacenaje					
Trasporte interno					
Transporte internacional					
Agencia de aduanas					
Agilidad y seguridad en los procesos					
Creatividad e innovación					

10. ¿Qué tan satisfecho o insatisfecho te encuentras con las soluciones ante un posible reclamo? ¿Estás satisfecho o insatisfecho con el tiempo de respuesta?

- Totalmente insatisfecho (1)
- Insatisfecho (2)
- Ni insatisfecho ni satisfecho (3)
- Satisfecho (4)
- Totalmente satisfecho (5)

Fuente: Elaboración propia

## Entrevistas y Encuestas a agentes de Carga Aérea

**NOMBRE:** MARIA DEL CARMEN LOAYZA PERALES

**PUESTO:** SALES SUPPORT SPECIALIST

**EMPRESA:** DHL GLOBAL FORWARDING

Estimado licenciado:

Con la finalidad de mejorar la calidad de servicio de los agentes de carga consolidada aérea, estamos realizando la siguiente encuesta, por lo cual agradeceríamos sea contestada con la mayor sinceridad posible. Favor escribir su nombre

Le agradecemos su colaboración

Preguntas	Alternativas o respuestas
1. ¿Se conocen las exigencias de cada cliente?	<input checked="" type="radio"/> Si <input type="radio"/> No
2. ¿Cuál es el número de reclamos que se presentan dentro de la organización por mes?	<input type="radio"/> No hay reclamos <input checked="" type="radio"/> 4 reclamos por mes <input type="radio"/> De 5 a 11 veces por mes <input type="radio"/> 12 a 15 veces por mes <input type="radio"/> De 15 a mas
3. ¿Cuánto es la cantidad de reclamos por cliente corporativo?	<input type="radio"/> No hay reclamos <input checked="" type="radio"/> 2 veces por mes <input type="radio"/> De 3 a 9 veces por mes <input type="radio"/> 10 a 13 veces por mes <input type="radio"/> De 13 a mas
4. ¿Cuánto es el tiempo de respuesta ante los reclamos?	<input type="radio"/> Menos de 24 horas <input type="radio"/> Entre 24 y 48 horas <input checked="" type="radio"/> Entre 2 a 7 días <input type="radio"/> Más de 7 días
5. Número de casos solucionados	<input type="radio"/> Menos de 4 <input checked="" type="radio"/> Entre 4 y 8 casos <input type="radio"/> Entre 9 y 13 casos solucionados <input type="radio"/> De 14 a mas
6. Considera que los reclamos son resueltos satisfactoriamente	<input type="radio"/> Nunca <input type="radio"/> Rara vez <input type="radio"/> Muchas veces <input type="radio"/> Casi siempre <input checked="" type="radio"/> Siempre
7. ¿Se realiza Servicio post atención?	<input type="radio"/> Nunca <input type="radio"/> Rara vez <input type="radio"/> Muchas veces <input type="radio"/> Casi siempre <input checked="" type="radio"/> Siempre
8. ¿Cuánto es el número de despachos por mes?	<input type="radio"/> 0 - 20 <input type="radio"/> 21- 50 <input type="radio"/> 51- 100 <input checked="" type="radio"/> De 100 a mas

9. ¿Cuánto es el número de embarques por mes?	<input type="radio"/> 0 - 20 <input type="radio"/> 21- 50 <input type="radio"/> 51- 100 <input checked="" type="radio"/> De 100 a mas
---	--

**Fuente: Elaboración propia**

Guía de entrevista para el agente de carga aérea consolidada	
1	¿Cargo que ocupa el entrevistado, antigüedad? SALES SUPPORT ESPECIALIST, 6 años
2	¿Qué funciones cumple dentro de la organización? ELABORACION DE PERFORMANCE Y ELABORAR COTIZACIONES AEREAS/MARITIMAS EN EL AREA DE SALES SUPPORT
3	¿Cuáles son las actuales políticas de servicio? TIEMPO DE RESPUESTA
4	¿Qué tipo de carga manejan usualmente? MARITIMO/AEREO
5	¿Qué políticas de servicio influyen más en la satisfacción del cliente? BUEN PRECIO, TIEMPO DE ENTREGA OPORTUNO, CUMPLIMIENTO DE LAS ESPECIFICACIONES DEL SERVICIO, POST VENTA.
6	¿Qué operación o qué tipo de carga es la que representa mayor dificultad y cuál es la presenta más reclamos? MAYOR DIFICUTAD: MARITIMO ( DEMORA EN ENTREGA DE TARIFAS)
7	¿Cuáles son los inconvenientes son los que se presentan con mayor frecuencia? FALTA DE TARIFAS, DEMORA DE RESPUESTA DE SOLICITUDES ENVIADAS A ORIGEN.
8	¿En cuánto tiempo y como se soluciona los problemas? Explicar PRESSING Y ESCALANDO CON SUPERIORES EN LA REGIONAL,ETC
9	¿Cuáles son sus clientes más representativos? NUESTROS CLIENTES MAS REPRESENTATIVOS SON DENOMINADOS CSI (Customer Solution Innovation), 3M, SAMSUNG, ABB, CATERPILLAR, EMERSON DEL PERU, HYUNDAI, BAXTER,Merck Sharp & Dohme Peru S.R.L.,Nokia Siemens Networks Peru S.A., PANASONIC
10.	¿Cómo es la relación con los clientes? BASADA EN CONFIANZA
11.	¿consideran que cumplen con las expectativas del cliente? LA MAYORIA DE VECES DHL BUSCA CUMPLIR CON TODAS LAS EXIGENCIAS DEL CLIENTE.

**NOMBRE: JULISSA ASCIONE**  
**PUESTO: SUPERVISORA AEROPUERTO**  
**EMPRESA: LAN PERU**

Estimado licenciado:  
 Con la finalidad de mejorar la calidad de servicio de los agentes de carga consolidada aérea, estamos realizando la siguiente encuesta, por lo cual agradeceríamos sea contestada con la mayor sinceridad posible. Favor escribir su nombre  
 Le agradecemos su colaboración

Preguntas	Alternativas o respuestas
1. ¿Se conocen las exigencias de cada cliente?	<input checked="" type="radio"/> Si <input type="radio"/> No
2. ¿Cuál es el número de reclamos que se presentan dentro de la organización por mes?	<input type="radio"/> No hay reclamos <input type="radio"/> 4 reclamos por mes <input checked="" type="radio"/> De 5 a 11 veces por mes <input type="radio"/> 12 a 15 veces por mes <input type="radio"/> De 15 a mas
3. ¿Cuánto es la cantidad de reclamos por cliente corporativo?	<input type="radio"/> No hay reclamos <input checked="" type="radio"/> 2 veces por mes <input type="radio"/> De 3 a 9 veces por mes <input type="radio"/> 10 a 13 veces por mes <input type="radio"/> De 13 a mas
4. ¿Cuánto es el tiempo de respuesta ante los reclamos?	<input type="radio"/> Menos de 24 horas <input checked="" type="radio"/> Entre 24 y 48 horas <input type="radio"/> Entre 2 a 7 días <input type="radio"/> Más de 7 días
5. Número de casos solucionados	<input type="radio"/> Menos de 4 <input type="radio"/> Entre 4 y 8 casos <input type="radio"/> Entre 9 y 13 casos solucionados <input checked="" type="radio"/> De 14 a mas
6. Considera que los reclamos son resueltos satisfactoriamente	<input type="radio"/> Nunca <input type="radio"/> Rara vez <input type="radio"/> Muchas veces <input type="radio"/> Casi siempre <input checked="" type="radio"/> Siempre
7. ¿Se realiza Servicio post atención?	<input type="radio"/> Nunca <input type="radio"/> Rara vez <input type="radio"/> Muchas veces <input type="radio"/> Casi siempre <input checked="" type="radio"/> Siempre
8. ¿Cuánto es el número de despachos por mes?	<input type="radio"/> 0 - 20 <input type="radio"/> 21- 50 <input type="radio"/> 51- 100 <input checked="" type="radio"/> De 100 a mas
9. ¿Cuánto es el número de embarques por mes?	<input type="radio"/> 0 - 20 <input type="radio"/> 21- 50 <input type="radio"/> 51- 100 <input checked="" type="radio"/> De 100 a mas

Guía de entrevista para el agente de carga aérea consolidada

- 1 ¿Cargo que ocupa el entrevistado?**  
Supervisora aeropuerto lima
- 2 ¿Qué funciones cumple dentro de la organización?**  
Supervisar las adecuadas operaciones del aeropuerto durante el turno
- 3 ¿Cuáles son las actuales políticas de servicio?**  
Calidad de servicio  
Servicio personalizado  
Ofrecer valor agregado al servicio
- 4 ¿Qué tipo de carga manejan usualmente?**  
Carga general no perecederos  
Perecederos  
Mercancías peligrosas  
Productos farmacéuticos  
Animales vivos  
Courier
- 5 ¿Qué políticas de servicio influyen más en la satisfacción del cliente?**  
Tiempo de entrega oportuno, servicio de post venta, precio.
- 6 ¿Qué operación o qué tipo de carga es la que representa mayor dificultad y cuál es la que presenta más reclamos?**  
Animales vivos y carga peligrosa básicamente por la manipulación de este tipo de carga
- 7 ¿Cuáles son los inconvenientes son los que se presentan con mayor frecuencia?**  
Retrasos en el embarque
- 8 ¿En cuánto tiempo y cómo se soluciona los problemas? Explicar**  
Es cuestión de horas
- 9 ¿Cuáles son sus clientes más representativos?**  
Samsung, Claro, Abb.
- 10 ¿Cómo es la relación con los clientes?**  
Personalizada cada cliente es importante para nosotros y se lo hacemos saber y sentir
- 11 ¿Consideran que cumplen con las expectativas del cliente?**  
En todo momento esa es nuestra meta ofrecer más de lo que el cliente espera para de esta forma conservarlo y que nos prefiera siempre

NOMBRE: Piero Solari Vilela

**PUESTO: Coordinador de Documentación**

**EMPRESA: NEW TRANSPORT**

Estimado licenciado:

Con la finalidad de mejorar la calidad de servicio de los agentes de carga consolidada aérea, estamos realizando la siguiente encuesta, por lo cual agradeceríamos sea contestada con la mayor sinceridad posible. Favor escribir su nombre

Le agradecemos su colaboración

Preguntas	Alternativas o respuestas
1. ¿Se conocen las exigencias de cada cliente?	<input type="radio"/> Si <input type="radio"/> No
2. ¿Cuál es el número de reclamos que se presentan dentro de la organización por mes?	<input type="radio"/> No hay reclamos <input type="radio"/> 4 reclamos por mes <input type="radio"/> De 5 a 11 veces por mes <input type="radio"/> 12 a 15 veces por mes <input type="radio"/> De 15 a mas
3. ¿Cuánto es la cantidad de reclamos por cliente corporativo?	<input type="radio"/> No hay reclamos <input type="radio"/> 2 veces por mes <input type="radio"/> De 3 a 9 veces por mes <input type="radio"/> 10 a 13 veces por mes <input type="radio"/> De 13 a mas
4. ¿Cuánto es el tiempo de respuesta ante los reclamos?	<input type="radio"/> Menos de 24 horas <input type="radio"/> Entre 24 y 48 horas <input type="radio"/> Entre 2 a 7 días <input type="radio"/> Más de 7 días
5. Número de casos solucionados	<input type="radio"/> Menos de 4 <input type="radio"/> Entre 4 y 8 casos <input type="radio"/> Entre 9 y 13 casos solucionados <input type="radio"/> De 14 a mas
6. Considera que los reclamos son resueltos satisfactoriamente	<input type="radio"/> Nunca <input type="radio"/> Rara vez <input type="radio"/> Muchas veces <input type="radio"/> Casi siempre <input type="radio"/> Siempre
7. ¿Se realiza Servicio post atención?	<input type="radio"/> Nunca <input type="radio"/> Rara vez <input type="radio"/> Muchas veces <input type="radio"/> Casi siempre <input type="radio"/> Siempre
8. ¿Cuánto es el número de despachos por mes?	<input type="radio"/> 0 - 20 <input type="radio"/> 21- 50 <input type="radio"/> 51- 100 <input type="radio"/> De 100 a mas
9. ¿Cuánto es el número de embarques por mes?	<input type="radio"/> 0 - 20 <input type="radio"/> 21- 50 <input type="radio"/> 51- 100 <input type="radio"/> De 100 a mas

Guía de entrevista para el agente de carga aérea consolidada

- 1 ¿Cargo que ocupa el entrevistado?**  
Coordinador de Documentación
- 2 ¿Qué funciones cumple dentro de la organización?**  
Verificación del proceso de exportación  
Verificación de la entrega de la correcta documentación  
Entrega de documentos al exportador
- 3 ¿Cuáles son las actuales políticas de servicio?**  
Brindar el mejor servicio con costos competitivos  
Satisfacción del cliente  
La confianza es la meta que buscamos en las relaciones con nuestros clientes  
Abarcar toda la cadena logística
- 4 ¿Qué tipo de carga manejan usualmente?**  
Animales vivos, productos agrícolas, maquinaria, carga peligrosa
- 5 ¿Qué políticas de servicio influyen más en la satisfacción del cliente?**  
Tiempo de entrega oportuno, cumplimiento en contrato, precio.
- 6 ¿Qué operación o qué tipo de carga es la que representa mayor dificultad y cuál es la que presenta más reclamos?**  
Maquinaria y carga peligrosa son las más difíciles y carga agrícola presenta más reclamos
- 7 ¿Cuáles son los inconvenientes que se presentan con mayor frecuencia?**  
Demoras o retrasos en la salida de los vuelos por verificación de las autoridades aeroportuarias.
- 8 ¿En cuánto tiempo y cómo se solucionan los problemas?**  
De 24 a 48 horas dependiendo del caso si es un caso complicado puede demorar algunos días
- 9 ¿Cuáles son sus clientes más representativos?**  
Agroindustrias AIB S.A., productos TIPPIC, LINTZ entre otros
- 10 ¿Cómo es la relación con los clientes?**  
Absolutamente buena, confían en nosotros y no los decepcionamos
- 11 ¿Consideran que cumplen con las expectativas del cliente?**  
Es nuestra meta siempre darle más de lo que nuestros clientes esperan ya que ellos esperan recibir lo justo por el servicio que estaban pagando es aquí donde nosotros les ofrecemos un plus en el servicio haciéndolo formar parte de todo el proceso de exportación e importación de su mercadería