



**REVISTA ELECTRÓNICA LAC: LOS AGENTES DE CAMBIO**  
**Isla de Margarita-Edo. Nueva Esparta. Año 7. Volumen 2-2024**  
**Julio a diciembre 2024. Págs. 223-246**  
**E-mail: losagentesdecambio@gmail.com**

## **¿COMO MEJORAR LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE CALIDAD EN LAS EMPRESAS ADUANERAS?**

### **HOW TO IMPROVE THE PROVISION OF QUALITY SERVICES IN CUSTOMS COMPANIES?**

**LCDA. FRAYMARIS JOSEFINA RODRÍGUEZ MARTÍNEZ <sup>[1]</sup>**

Universidad de Oriente, Núcleo Nueva Esparta, Venezuela  
fraymaris13@hotmail.com

**DR. PEDRO FAUTO ALFONZO ROSAS <sup>[1]</sup>**

Universidad de Oriente, Núcleo Nueva Esparta, Venezuela  
**ORCID: 0009-0002-3015-7343**  
pedro.fauto2009@Gmail.com

**Este Artículo fue:**

Recibido: 15/08/24

Aprobado: 10/10/24

#### **Resumen**

Ante la búsqueda de calidad en los servicios de las empresas que demanda la sociedad venezolana y otros países del mundo, donde se incrementa la pérdida de valores, responsabilidad, eficiencia y cordialidad por parte de los empleados, no escapa de esto las empresas aduaneras, por lo que se sugiere que se adopten y apliquen estrategias que permitan mejorar la calidad del servicio en las mismas. Así pues, el propósito del presente trabajo fue evaluar la calidad del servicio para medir la satisfacción del Cliente en empresas aduaneras. El caso de estudio fue la Aduanera Elebe de Venezuela C.A, de manera de proponer directrices que ayuden a las empresas a tener la fidelidad del cliente, acreditación ante las demás personas y motivación de los empleados con el fin de que los mismos brinden un buen servicio y el cliente se sienta satisfecho. El artículo fue producto de una revisión, análisis documental y reflexión crítica sobre la calidad del servicio en las empresas aduaneras desde la perspectiva de los empleados, clientes, teoría y de los autores, además, forma parte de una investigación mayor.

**Palabras Claves:** Calidad, Servicio en la Organización, Satisfacción, Insatisfacción y Metodología SERVQUAL.

### **Abstract**

Given the search for quality in the services of companies demanded by Venezuelan society and other countries in the world, where the loss of values, responsibility, efficiency and cordiality on the part of employees increases, customs companies do not escape this, for which suggests that strategies be adopted and applied to improve the quality of service therein. Thus, the purpose of this work was to evaluate the quality of the service to measure Customer satisfaction in customs companies. The case study was the Customs Elebe de Venezuela C.A, in order to propose guidelines that help companies to have customer loyalty, accreditation before other people and motivation of employees so that they provide a good service. and the customer feels satisfied. The article was the product of a review, documentary analysis and critical reflection on the quality of service in customs companies from the perspective of employees, clients, theory and the authors, and is also part of a larger investigation.

**Keywords:** Quality, Service in the Organization, Satisfaction, Dissatisfaction and SERVQUAL Methodology.

### **Introducción**

Antes la falta de calidad en los servicios que prestan las empresas aduaneras donde los empleados no se encuentra motivados para ofrecer un buen servicio y el cliente no se siente satisfecho con el servicio que recibe, ha llevado a la aparición de aspectos negativos que perjudican tanto al consumidor como a la empresas como lo son: las demoras en la atención al cliente, retraso en liberación de mercancías, informalidad hacia el cliente, falta de amabilidad, responsabilidad, motivación del empleado y mantenimiento a las maquinarias ocasionando disgusto, e inconformidad del cliente y desacreditación de la empresa ante las demás personas, lo que trae como consecuencias pérdidas de ingresos y desprestigio para la misma. por tal motivo se realizó un estudio de campo con un nivel holístico para explorar, diagnosticar, describir como es la calidad del servicio con la finalidad de plantear una propuesta que permita mejorar la prestación del servicio en las empresas aduaneras. En este artículo se va tratar de anunciar ideas que permitan comprender la necesidad en mejorar la calidad del servicio en las empresas aduaneras, con el objeto de reflexionar sobre su aplicación y brindar un buen servicio a los clientes.

## **Teoría Servuccion**

En 1989 apareció la teoría de la Servucción, como un intento de sistematizar la producción, el proceso de creación y fabricación del servicio. Según Eiglier y Langeard (1989) la Servucción “es la organización sistemática y coherente de todos los elementos físicos y humanos de la relación cliente- empresa necesaria para la realización de una prestación de servicio cuyas características comerciales y niveles de calidad han sido determinados.” (p.1). por lo tanto, toda empresa encargada de la prestación de servicio está involucrada directamente con la Servucción donde se busca establecer la relación de los recursos materiales, financieros y humanos para que pueda existir la prestación entre la empresa y el cliente. La Servucción fue desarrollada por estos autores con la intención de establecer un término equivalente a la producción de productos tangibles aplicados a servicios.

## **La Calidad en las Organizaciones**

El hombre necesita trabajar en grupo para poder alcanzar las metas propuestas en las empresas y así poder satisfacer las necesidades tanto individuales como colectivas, por tal motivo es muy importante y fundamental la participación del hombre en la organización. Según Chiavenato (2000): expresa que “la organización es un sistema de actividades consistentemente coordinadas, formado por varias personas, cuya cooperación recíproca es esencial para la existencia de aquella.” (p. 7). Con atención a lo planteado por Chiavenato, las organizaciones pueden ser definidas como entes en donde cada uno de sus miembros se relaciona, estableciendo entre ellos una dinámica de trabajo dirigido hacia fines previamente fijados, tanto por la organización como por los miembros que la conforman, con la finalidad de ofrecer un producto o servicios de buena calidad para satisfacer las necesidades de los clientes.

## **Calidad**

La calidad es un tema que ha preocupado siempre a la humanidad, el hombre en su ausencia siempre ha buscado mejorar su entorno para un mejor vivir, cada día existen más necesidades que deben ser cubiertas dentro de estas cabe resaltarla calidad de un producto o

servicio, que es la percepción que el cliente tiene del mismo, Es decir, una fijación mental del consumidor que asume conformidad con un producto o servicio determinado.

Al respecto, Galviz (2011): señala que calidad “es el grado en que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos establecidos y generalmente implícitos u obligatorios”. (p.12). Para Galviz es el cumplimiento de los requisitos exigidos por el cliente en donde el producto o servicio debe responder al valor que el consumidor esté dispuesto a pagar, en función de sus deseos y necesidades, de tal manera que la empresa pueda cubrir las carencias de las personas y se sienta seguro de su compra o servicio adquirido.

Una empresa es de alta calidad y se encuentra en equilibrio cuando sobrepasa las expectativas de los clientes. En concordancia con lo establecido por Galviz, toda organización debe saber que espera y necesita su clientela potencial, de tal forma tiene que producir un buen producto a ofrecer o servicio y cuidar las relaciones con sus consumidores, para obtenerlo es necesario que las empresas vinculen su estrategia de marketing a su sistema de calidad, con el fin de lograr resultados favorables a través de la técnica implementada.

En este sentido, si se desea prestar un servicio confiable, satisfactorio, ético, y oportuno para el cliente, se debe comprender que, si se mejora la calidad, se mejora el servicio que se presta y de esa forma se puede mantener y atraer más consumidores hacia la organización, logrando hacer que se sientan plenamente satisfechos.

### **Servicios Prestados al Cliente por las Organizaciones**

Las organizaciones dedicadas a la prestación de servicios buscan brindar de cierta forma la solución a las necesidades de las personas, estas empresas son intermediarias de lo que el cliente carece y ayudar a su obtención. Hoy en día son muchas las carencias que tienen los clientes respecto a los productos y servicios que les son necesarios, dichas necesidades son satisfechas con la adquisición de estos bienes o prestaciones por parte de las empresas que se dedican a brindar un servicio y obtener una ganancia, dicho servicio va ser efectivo o no de acuerdo al trato y eficiencia por parte de los empleados de la empresa.

En consiguiente la calidad en una organización cuando el producto es un servicio, son los trabajadores quienes los producen y su calidad depende básicamente de su interacción

cliente y/ o usuario, es por esto que la relación entre el personal de la empresa y el cliente debe ser de manera educada, amable, respetuoso, expresivo, para que el mismo se sienta a gusto y atendido de la mejor manera. Según Galviz (2011) señala que el servicio: “Es una práctica gerencial, que tiene por objetivo aumentar el nivel de satisfacción del cliente consistente en actividades identificables, diferenciales y tangibles, que proveen beneficios individuales o colectivos y que no están necesariamente atadas a la venta de un producto.” (p. 21).

Por su parte Kotler y Armstrong (2012) definen el servicio como: “la actividad, beneficio o satisfacción que se ofrece por una venta, que básicamente es intangible y no tiene como resultado la posesión de algo.”(p.224). Se puede decir entonces, que se trata de una actividad que realiza la empresa hacia el cliente bien sea personalmente o por vía telefónica, pero que no se relaciona directamente con la venta de un bien y tiene como fin satisfacer las necesidades de las personas, de tal forma que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado.

### **Satisfacción e Insatisfacción del Cliente**

La satisfacción del cliente forma parte de la administración de la calidad total. De tal modo es uno de los aspectos de mayor desarrollo en el mercado. Las personas satisfechas ofrecen a la organización la promesa de aumento de los beneficios y reducción de los costos operativos. Para ofrecer una mejor satisfacción al cliente es necesario, conocer las demandas y expectativas del consumidor, desarrollar pautas de servicio, medir el grado de satisfacción, identificar las tendencias, establecer comparaciones con la competencia, características del servicio, compromiso hacia el cliente, solución de las quejas para el mejoramiento de la calidad, determinación de la satisfacción entre otros.

Por tal motivo, para obtener una buena satisfacción del cliente es un requisito fundamental ganarse al consumidor y por ende, en el mercado. Con el fin de mantener satisfecho a cada cliente.

- **Satisfacción del Cliente.**

La satisfacción para Reyes, Mayo, y Loredo (2009) la definen como: "... la respuesta de sociedad del cliente. Es un juicio acerca de un rasgo del producto o servicio, o un producto y servicio en sí mismo, que proporciona un nivel placentero de recompensa que se relaciona con el consumo." (p. 17). Lo planteado evidencia que la satisfacción es el placer que experimentan las personas al recibir un consumo, en el cual se sienten a gusto con el mismo.

- **Insatisfacción del Cliente**

La insatisfacción: para Álvarez y Bastardo. (2004) la definen como: "un estado de ánimo que experimenta un individuo cuando sus expectativas o necesidades no son cubiertas cabalmente" (p. 39). Con este concepto los autores sugieren que la insatisfacción del cliente es el desentusiasmo que tienen las personas cuando no reciben lo que esperaban.

Así mismo Kotler. (2001) expresa que: "Las expectativas de los clientes se basan en las experiencias de compra previas, las opiniones de amigos y colaboradores, y la información y promesas del que vende y de sus competidores". (p. 592). En este aspecto Kotler indica que la insatisfacción del consumidor se fundamenta en el resultado que se da como consecuencia de una decisión de compra. En la cual si el cliente se informa que la compran no fue al agrado de las demás personas se desilusionara porque no logra llenar sus expectativas y desacredita a la empresa, situación que se puede determinar también a través del modelo SERVQUAL para saber el grado de satisfacción e insatisfacción del cliente. .

## **Metodología SERVQUAL**

En el intento por medir la calidad de servicio percibida por el cliente, el instrumento de mayor captación y difusión es la escala SERVQUAL. El instrumento SERVQUAL, fue desarrollado por Parasuraman, Zeithaml y Berry a finales de la década de mil novecientos ochenta (1980) esta escala intenta medir la calidad de servicio como la diferencia entre las expectativas y las percepciones de los clientes, a partir de las dimensiones que los mismos autores identifican como clave en la evaluación de un servicio, el modelo identifica cinco brechas en la calidad de servicios.

## **Dimensiones de la Calidad de Servicio, en el Modelo SERVQUAL.**

Según Galviz (2011), el modelo SERVQUAL está conformado por cinco (5) dimensiones las cuales permiten medir o evaluar de cierta forma como es la calidad de un bien o servicio en la empresa, a continuación, se presentan las dimensiones:

1. Elementos Tangibles: Se refiere a la apariencia físicas de las instalaciones, equipos, personal y material de comunicación.
2. Fiabilidad: Indica la habilidad que tiene la organización para ejecutar el servicio ofrecido fiable y cuidadoso.
3. Capacidad de Respuesta: Es la disposición de ayudar a los clientes para proveerles un servicio rápido.
4. Seguridad: Es el grado de conocimiento y atención ofrecida por los empleados.
5. Empatía: Atención individualizada que ofrece la institución al cliente usuario.  
(p. 46).

Si bien es cierto estas cinco (5) dimensiones están relacionadas a la prestación del servicio, el cual son el cómo se realiza el proceso. Ser excelentes en cada una de las cinco (5) es tener calidad total de servicio en la empresa, de ser lo contrario resultaría tener entonces baja o mala calidad.

Por su parte, la sección recoge las expectativas de los clientes para una categoría de servicios genérica; la sección de percepciones mide las valoraciones de un cliente sobre una empresa particular. Tanto las expectativas como las percepciones son medidas en escalas de Likert de 5 puntos (donde 1 es “totalmente insatisfecho”, 2 “insatisfecho”, 3 “ni satisfecho ni insatisfecho”, 4 “satisfecho” y 5 “totalmente satisfecho”).

De igual manera las expectativas que tiene el cliente se encuentran relacionadas directamente con su forma de ser y pensar, son criterios de la personalidad de cada cliente, cabe recordar que todos los clientes piensan y reaccionan de maneras diferentes y al percibir un bien o servicio se puede comportar de diferentes formas.

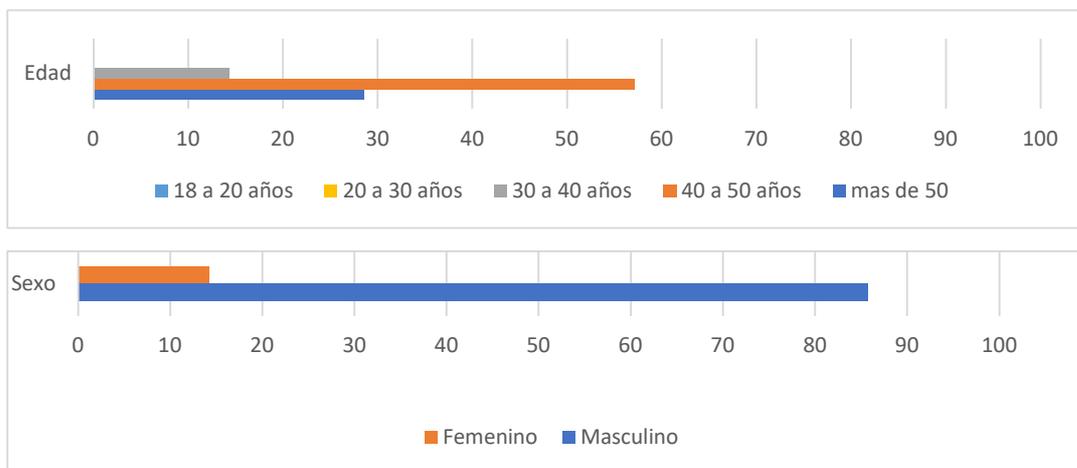
## Metodología de Investigación Aplicada

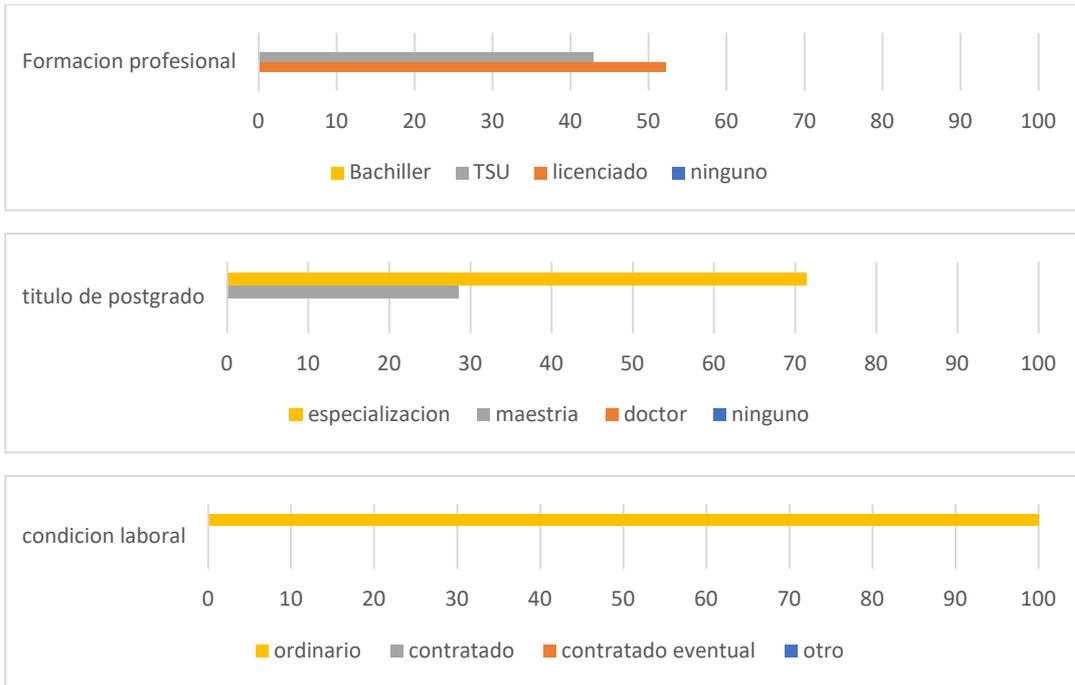
La metodología utilizada para el logro de los objetivos planteados, se fundamentó a través de un nivel tipo Holístico (considerada como un todo desde la fase de exploración, diagnostico, descripción, análisis finalmente se plantea la propuesta), y un diseño de campo. La población objeto de estudio estuvo representada por 380 clientes y 7 empleados de la Aduanera Elebe de Venezuela C.A. En cuanto a las técnicas e instrumentos de recolección de datos se realizaron a través de la aplicación de una entrevista semi estructurada realizada a los empleados y como instrumento la encuesta aplicada a los clientes de la Aduanera Elebe de Venezuela C.A

## Resultados de la investigación

A continuación, se muestran los resultados obtenidos a través de la aplicación de entrevista a los empleados para evaluar como es la calidad del servicio en la empresa Aduanera desde la perspectiva de los empleados.

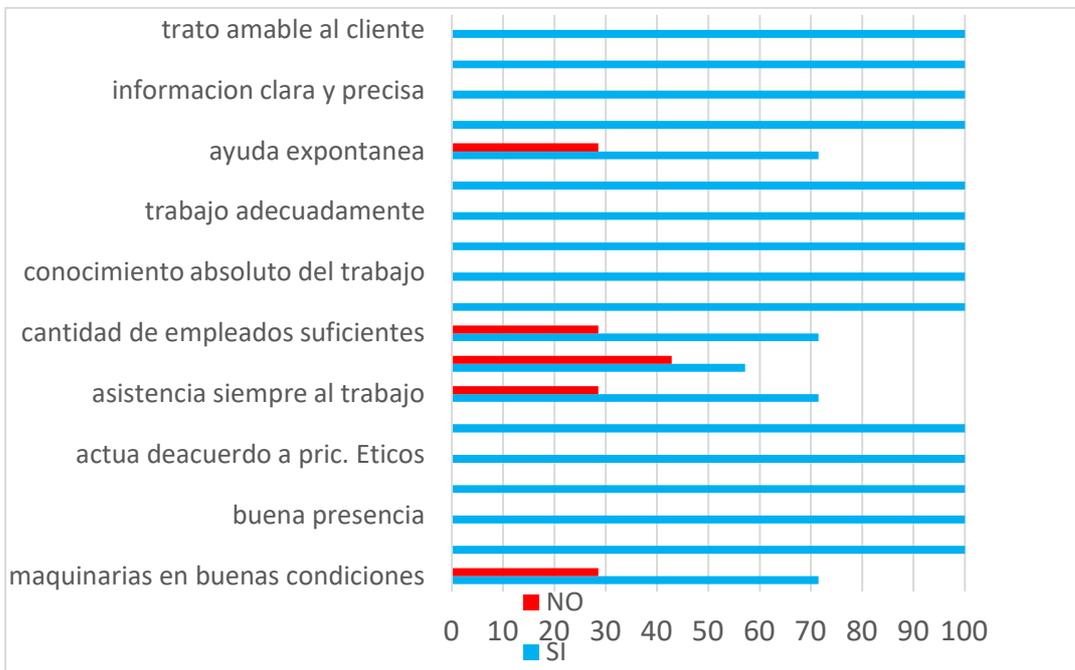
### Cuadro 1. Características Generales de los Empleados





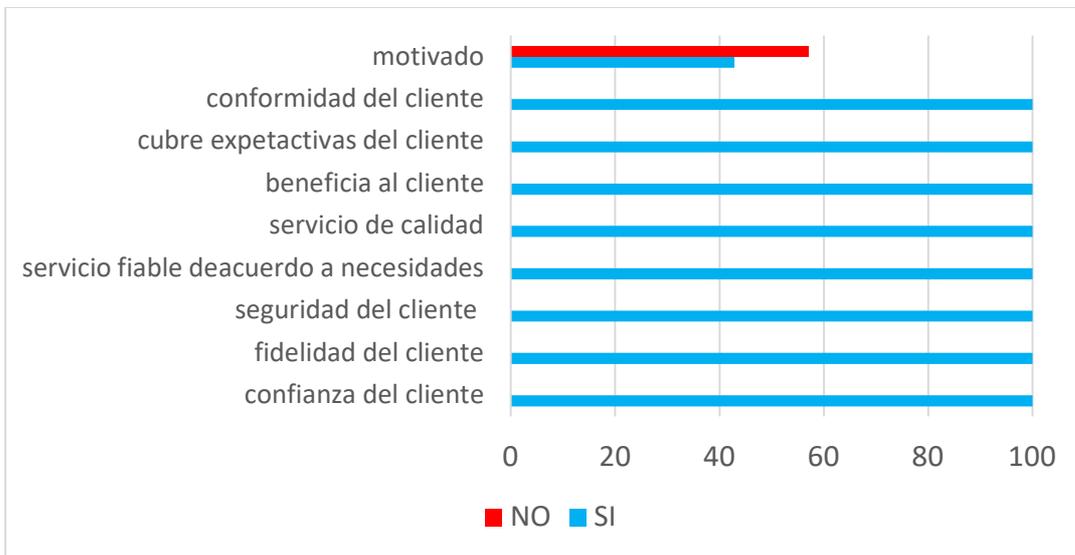
Fuente: Elaboración Propia

## Cuadro 2. Calidad en la Organización



Fuente: Elaboración Propia

### Cuadro 3. Satisfacción e Insatisfacción en la Organización

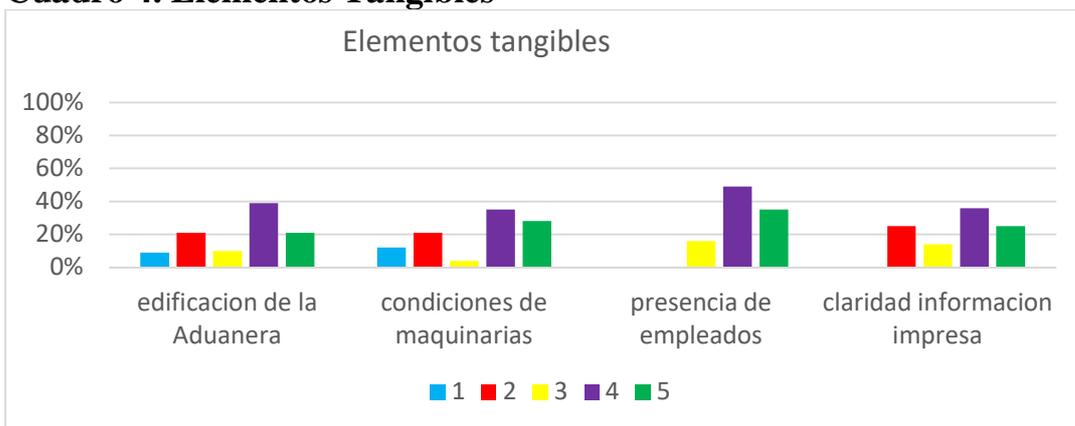


Fuente: Elaboración Propia

### Resultados obtenidos de aplicación de la encuesta según modelo SERVQUAL a los clientes

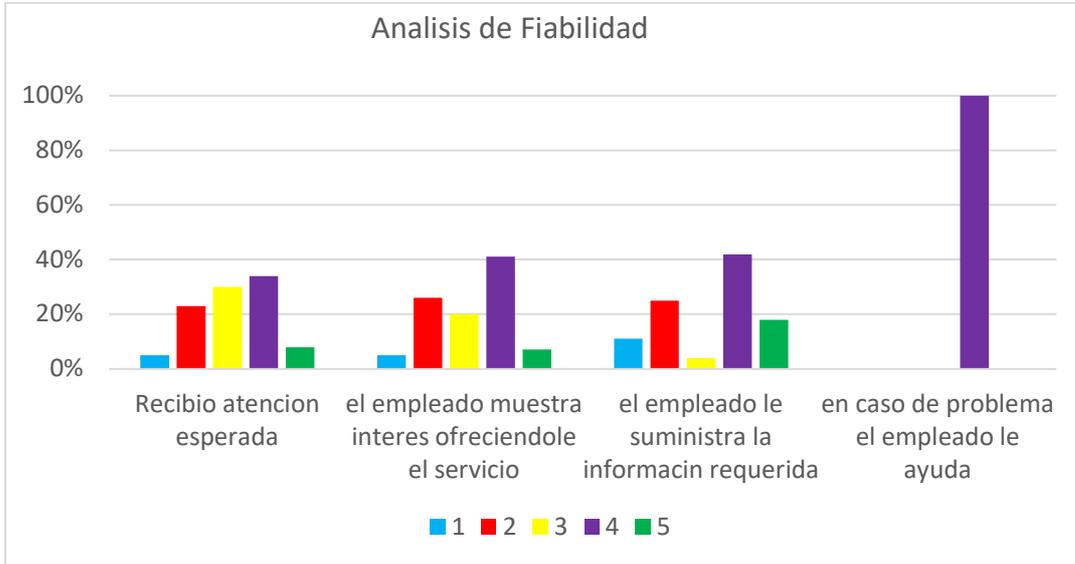
Seguidamente se muestran los resultados obtenidos a través de la encuesta del modelo SERVQUAL aplicada a los clientes para evaluar la calidad del servicio en la empresa aduanera según la percepción del cliente. (Donde 1 es “totalmente insatisfecho”, 2 “insatisfecho”, 3 “ni satisfecho ni insatisfecho”, 4 “satisfecho” y 5 “totalmente satisfecho”).

### Cuadro 4. Elementos Tangibles



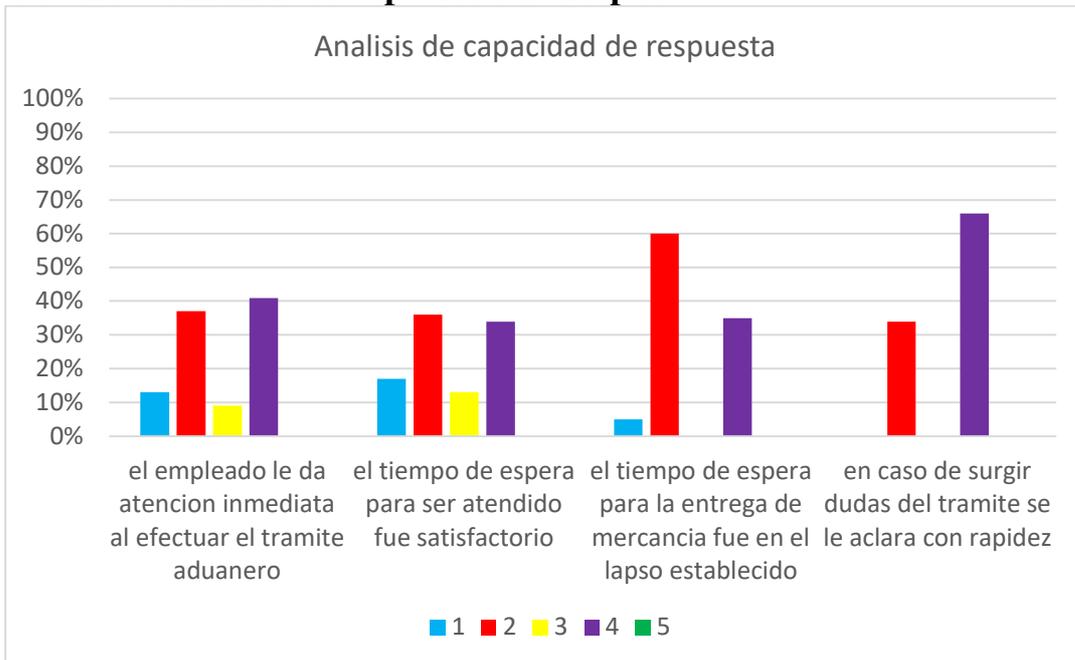
Fuente: Elaboración Propia

**Cuadro 5. Análisis de fiabilidad**



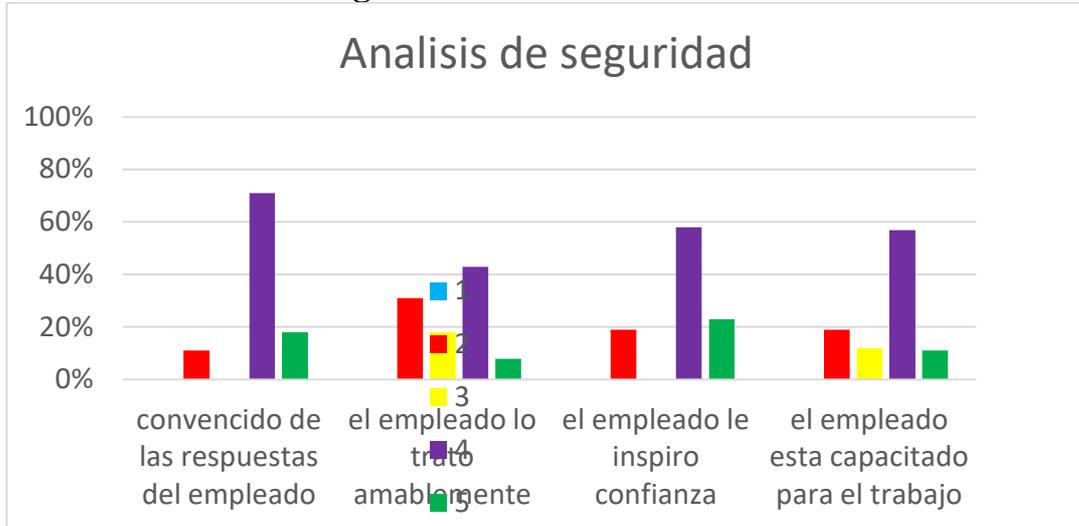
Fuente: Elaboración Propia

**Cuadro 6. Análisis de capacidad de respuesta**



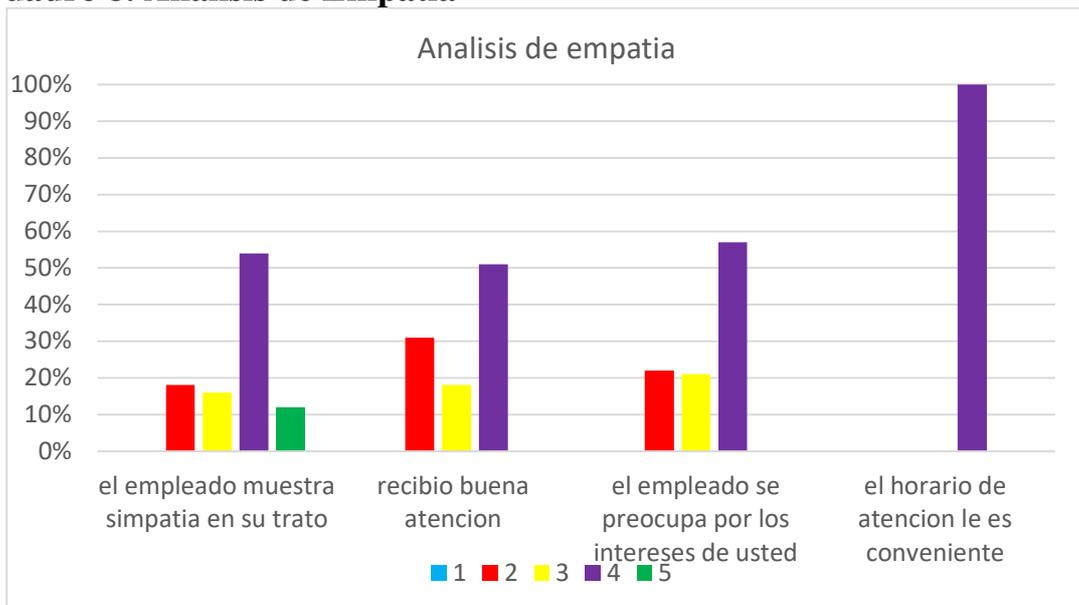
Fuente: Elaboración Propia

**Cuadro 7. Análisis de seguridad**



Fuente: Elaboración Propia

**Cuadro 8. Análisis de Empatía**



Fuente: Elaboración Propia

## **Discusión argumentada de los resultados obtenidos de la Aplicación de Entrevista a Empleados y Encuesta Clientes.**

Del análisis de los resultados presentados sobre la calidad del servicio basada en las dimensiones del cliente según la metodología SERVQUAL donde se valoró las dimensiones elementos tangibles fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía en los mismos en contraste con la información obtenida de la entrevista aplicada a los empleados en la Aduanera Elebe de Venezuela C.A.:

Se determinó que los empleados indican que se ofrecen calidad en la organización se pudieron reflejar ciertos aspectos que indican que no brindan una excelente calidad al cliente como lo habían afirmado el 100% de los empleados del total de la muestra que fueron 7 personas, mientras los cliente indicaron no sentirse satisfechos con la calidad recibida esto debido a que el personal laboral carece de la falta de amabilidad donde un 30,70 % clientes se sienten insatisfechos, en la atención rápida 52,63% se encuentra insatisfecho, información totalmente clara un 25% inconforme, aclaración de dudas con rapidez 34% no complacido, los interese en ayudar al cliente se tiene un 32% no a gusto y las condiciones de las maquinarias se tiene 25,44% cliente insatisfechos.

Situación que perjudica a la Aduanera Elebe de Venezuela C.A porque no cumple con tener calidad, al respecto Galvis (2011), se refiere a la calidad de servicio como: “Un compuesto de numerosos elementos o características de calidad, cortesía, oportunidad o rapidez en la entrega, productos libres de defectos al momento de la entrega que son evaluados por los clientes en relación a un servicio, según como haya sido la satisfacción de sus necesidades y expectativas.” (p.44). Como se aprecia, si no cumplen con ciertos aspectos con total cabalidad, trae como consecuencia insatisfacción por parte de los clientes quienes si no se les brinda total calidad no pueden sentirse totalmente satisfechos con el servicio y puede desacreditar a la empresa ante otras personas contándole sobre su mala experiencia, lo cual ocasiona pérdidas de ingresos para la empresa debido a que cada cliente es una entrada de monetaria que obtiene la misma.

En cuanto a la satisfacción de los empleados, el 57% indicaron sentirse insatisfechos debido a la falta de motivación, el ambiente laboral, problemas entre algunos miembros, presión en el trabajo, también el total de ellos expresaron cubrir las expectativas del cliente donde el mismo se siente beneficiado porque es de calidad, fiable de acuerdo a sus

necesidades, el cliente es fiel a la empresa y confía en la misma. Se comprobó por parte de los clientes lo contrario porque 40 clientes que equivalen a un porcentaje de 35% del total encuestado indico sentirse insatisfecho con el servicio debido a las demoras en la atención, retrasos en mercancías, al igual la presencia de informalidad entre otros, lo cual reflejo la inconformidad de cierta cantidad de cliente. En relación a esto Álvarez y Bastardo. (2004) mencionan que la insatisfacción es: “un estado de ánimo que experimenta un individuo cuando sus expectativas o necesidades no son cubiertas cabalmente.”(p.39)

Por lo tanto si en la aduanera se tiene a empleados desmotivados que piensan que los clientes se sienten totalmente complacidos con el servicio que se le ofrece cuando no es así, resulta negativo para la empresa porque si los empleados no están motivados no se esfuerzan en dar un mejor servicio y a los empleados pensar que los clientes están complacidos se limitan a ver más allá de lo que ellos creen, no permitiéndose analizar sobre la realidad de lo sucedido en la Aduanera, donde no se está satisfaciendo totalmente al cliente.

Asimismo se confirmó que en la dimensión de elementos tangible de la Aduanera Elebe de Venezuela C.A., el total de los empleados encuestados afirmaron que los clientes se sienten conformes con el servicio que reciben, se constató que 21% clientes no se encuentran complacidos con la edificación y alrededores donde se encuentra la aduanera debido a que la zona es muy peligrosa y a su vez un porcentaje de 21% no les satisface las condiciones de algunas maquinarias que necesitan de mantenimientos para poder llevar a cabo una buena prestación de servicio, es de recordar que las apariencias son aspecto de mucha importancia como lo indican Zeithaml y Bitner (2002), en la cual se refieren a que los elementos tangibles que incluyen varios factores como los artefactos que intervienen en el servicio dentro de ellos se encuentran las instalaciones, infraestructura, equipos, procesos y por último la apariencia del personal laboral, el cual son aspectos positivos y de relevancia para los usuarios.

Sin embargo, los empleados de la Aduanera Elebe de Venezuela C.A consideran que los propietarios no están procurando que se mantenga las apariencias físicas en la prestación del servicio, por lo que crea inconformidad de los clientes, situación que los empleados no reconocen. Es de resaltar que al cliente no estar conforme con las apariencias físicas esto trae consecuencias como lo es la decepción a sus expectativas el cual no fueron cubiertas como esperaban los clientes y mientras

más decepciones tenga el mismo sobre el servicio más optara por alejarse y buscar otra aduanera las cuales hay muchas en el estado Nueva Esparta.

En el elemento de fiabilidad se constató que los clientes no se encuentran totalmente satisfechos como lo indicaron el total de los empleados, asegurando que les brindan al cliente un trato de manera adecuada donde un porcentaje de 28% cliente están insatisfechos con la atención que reciben por parte de los empleados, esto debido a que en ocasiones los mismos no tratan a los clientes con simpatía, no se muestra mucho interés por parte del personal laboral y a veces se les ha pasado por alto la entrega de alguna información requerida por despiste o descuido al instante. Al respecto Lira (2009) expresa que la vocación del servicio implica la utilización de la capacidad, esfuerzo e inteligencia para poner en evidencia ese interés en ayudar a otras personas voluntariamente. Por lo tanto, en la Aduanera Elebe de Venezuela C.A los empleados de la aduanera no muestran la simpatía siempre y el interés en ayudar al cliente y esto ocasiona insatisfacción al mismo como está sucediendo actualmente, cabe destacar que a nadie le gusta ser tratado sin simpatía y así mismo sentirse ignorado por los despistes que a veces tienen los empleados.

Igualmente, en la capacidad de respuestas de los empleados hacia el cliente se evidencio que la atención que ofrecen al mismo no es rápida como indicaron el total de ellos, porque un porcentaje de 23% clientes afirmaron que no recibió una atención inmediata, igual al efectuar el trámite aduanero hay demoras y retrasos en la entrega de mercancía. Por consiguiente, se obtuvo que en la aduanera no le dan mucha importancia a lo expresado por Reyes, Mayo y Loredó (2009) quienes plantean que la calidad de servicio es un juicio global del consumidor que resulta de la comparación entre las expectativas sobre el servicio que van a recibir y las percepciones de la actuación de las organizaciones prestadas del servicio. Situación que amerita prestarle mucha atención porque los clientes evalúan si sus expectativas son cubiertas o no con el servicio que presta la organización, si no sucede lo dicho y el cliente tiene malas experiencias como son las demoras, retrasos de tramites o mercancías, las cuales son aspectos muy importantes que debe cumplir una aduanera, los clientes pueden sentirse defraudados con el servicio porque no obtuvieron lo que esperaban y desprestigiarian a la empresa.

Por último se determinó que la amabilidad ofrecida al cliente por los empleados no es tan amables como indicaron el total de los mismos, debido a un porcentaje de 31% clientes que afirmo estar insatisfecho con la falta de amabilidad por parte de los empleados los cuales consideraron existe mucha informalidad en la Aduanera Elebe de Venezuela C.A, por lo que al considerar a lo planteado por Gómez (2009) quien expresa que para conservar más clientes en la empresa es fundamental que tratemos muy bien al cliente entre esto se encuentra como punto central y principal la amabilidad con el propósito de satisfacer las expectativas del cliente. Si el empleado carece de amabilidad, el cliente no se siente satisfecho y por ende es un aspecto negativo para la empresa porque no se cubren las expectativas del cliente. Cabe destacar que la amabilidad es uno de los principales aspectos que debe tener una empresa aduanera, la cual tiene mucha competencia y el cliente tiene muchas opciones para elegir la que mejor considere, por lo tanto, mientras menos amables sean los empleados más a favor para la competencia y no es conveniente para la Aduanera Elebe de Venezuela C.A porque perdería consumidores, ingreso por parte de estos, prestigio y daño a su imagen.

### **Propuesta para Mejorar la Prestación de Servicios de Calidad en las Empresas Aduaneras**

En algunas aduaneras se evidencia ciertos factores negativos que afectan a la empresa tanto en su capital humano, como clientes y consecuencias que pueden perjudicar la entrada de ingresos, dentro de los factores que perjudican se encontraron: demora en atención al cliente, retardo en la entrega de mercancía, falta de amabilidad, cortesía y motivación de empleados, falta de seguridad en las afueras de la empresa, la falta de mantenimiento de las maquinarias, falta de rapidez, eficiencia, simpatía, ayuda espontanea, más claridad en la información, entre otros. Es de resaltar que todos estos factores se obtuvieron mediante la aplicación de los instrumentos.

Por consiguiente, la propuesta a plantear va ser basada tanto en las dimensiones para mantener la calidad en la organización por el empleado, mejorar la satisfacción del empleado y los elementos de la metodología SERVQUAL (tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía) para mejorar el servicio brindado a los clientes. Estableciendo de esta manera directrices que permitan mejorar la calidad del servicio ofrecida por los empleados para que las aduaneras en general tengan un capital humano reforzado, más productivo y las

mismas cumplan con sus objetivos, misión y visión establecidos. Y así mismo también se permita mejorar la calidad del servicio recibida por los clientes.

## **Justificación**

A nivel mundial y en la sociedad venezolana toda empresa debe contar con personal altamente capacitado, motivado y en disposición para realizar su trabajo, en este caso las aduaneras carecen de la falta directrices que ayuden a darse una mejor prestación de servicio a sus clientes por parte de los empleados para que la empresa pueda conservar a los mismos generar credibilidad, fidelidad, conservar sus ingresos y mantener un ambiente de total satisfacción donde los empleados y clientes se sientan a gusto con la prestación del servicio, se debe recordar que los clientes son la entrada de ingreso para la aduanera y a través de los mismo es que la empresa puede crecer en el mercado por el reconocimiento que le pueden dar los clientes así mismo como es importante darle una excelente atención a los clientes también se debe conservar a los empleados porque el capital humano es el motor que impulsa a toda organización al logro de sus objetivos, por ello la importancia de proponer directrices estrategias que permitan mejorar el servicio en las aduaneras.

## **Entre los propósitos que se persiguen:**

### **Propósito General**

Establecer directrices estratégicas para mejorar la calidad del servicio en empresas aduaneras.

### **Propósitos Específicos**

- Brindar motivación al empleado para lograr que se sienta satisfecho y pueda brindar un buen servicio al cliente de las empresas aduaneras.
- Mejorar aspectos en las dimensiones que tienen deficiencia para que influya de manera positiva en la calidad del servicio que se presta en las empresas aduaneras.
- Garantizar que la capacidad de respuesta por parte del empleado mejore con el fin de brindar un servicio menor tiempo de espera en las empresas aduaneras.
- Mejorar la eficiencia de la rapidez en los trámites y liberación de mercancía en las empresas aduaneras.

-Aumentar la confiabilidad y credibilidad por la empresa aduanera.

## **Propuesta**

Para mejorar la calidad del servicio en las empresas aduaneras, a continuación, se presenta la propuesta con el fin de lograr una excelente calidad en el que ofrecen las aduaneras.

### **• Directrices para mantener la calidad en la organización por parte de los empleados.**

La calidad en la organización son características brindadas por los empleados y evaluadas por el cliente respecto a la prestación del servicio, por ello se muestran las siguientes directrices que mejoran el servicio en aduaneras.

-Capacitar a los empleados para que pueda ofrecer un servicio rápido al cliente.

-Implementar charlas o reuniones a los empleados donde se plantee la importancia de ser más amables y Cordial con los clientes.

-Tener capacidad de respuesta en ayudar al cliente sin esperar que este se lo pida.

-Mantener comunicación formal o informal constante entre los miembros de la organización.

-Ejecutar los trámites y operaciones aduaneras con desempeño.

-Mantener capacitación constante de los empleados con el fin de suministrarle los conocimientos necesarios para llevar a cabo la prestación del servicio eficientemente.

- Velar por el cumplimiento de responsabilidades de todos los empleados.

-Establecer normas que permitan el cumplimiento de horarios para que el empleado asista constantemente a la empresa a excepción (de faltas que sean por razones de salud o una situación imprevista que amerite su inasistencia al trabajo).

-Proporcionar instructivos claros para el entendimiento de los clientes y empleados sobre la prestación del servicio.

-En caso de surgir alguna duda del cliente debe aclararla con simpatía y rapidez.

-Ser más cuidadosos y realizar mantenimientos constantes a las maquinarias para que no exista el deterioro o desgaste de alguna de las mismas sin darse cuenta.

• **Directrices para lograr la total Satisfacción del Empleado en las Aduaneras**

La satisfacción del empleado es el estado de ánimo y complacencia que presenta el mismo al llevar acabo la prestación de un servicio. Las siguientes directrices ayudarán a que los empleados se sientan satisfechos y pueda brindar un servicio de calidad al cliente.

- Motivar a los empleados otorgándoles reconocimientos, incentivos, premios o un detalle en una fecha especial.

- Conversar más con los empleados a fin de crear un vínculo de confianza, transmitiendo así más energía para que el empleado se sienta animado y pueda ejecutar su trabajo con más eficiencia.

- Planificar las actividades diarias para evitar las presiones en el trabajo por acumulación de operaciones que perjudica al trabajador y, por ende, también puede afectar al cliente.

-Evitar mezclar los problemas personales con situaciones profesionales debido a que trae como consecuencias aspectos negativos que afectan a la empresa como conflicto entre los miembros, retraso en los trámites por diferencias, intriga y envidia.

- Asegurarse que el cliente se beneficie con el servicio brindándose de manera rápida para que el mismo cubra sus necesidades y no ocurra lo contrario por demoras.

- Realizar constantes estudios de mercado para analizar si el servicio es fiable de acuerdo a las necesidades del cliente.

-Conservar la fidelidad y confianza del cliente hacia la empresa ofreciéndoles un buen servicio con que el cliente se sienta a gusto y tenga ganas de regresar a la empresa.

• **Directrices para mejorar los aspectos tangibles en la Prestación del Servicio**

Los elementos tangibles son las apariencias físicas, estructura, instalaciones, vestimenta y materiales impresos que brinda la empresa al cliente. A continuación, se muestran las directrices para mejorar los aspectos tangibles en las aduaneras.

- Implementar un sistema de seguridad en las afueras de la Aduanera con el fin de proteger tanto a los clientes como a los empleados por la inseguridad que existe actualmente en el país.

- Realizar mantenimientos constantes a las maquinarias de la aduanera para poder brindar una excelente importación, exportación y transbordos de mercancía a fin de que los clientes se sientan satisfechos con el servicio.

- Mantener siempre una presentación adecuada por parte del empleado para dar un buen aspecto de la empresa.

- El empleado debe apoyar al área de mantenimiento en la limpieza en la empresa para que el cliente se sienta cómodo.

- El empleado debe mantener ordenado y en buen estado las oficinas, documentos y todo objeto visible ante el público.

• **Directrices para ofrecer mejor Fiabilidad en el Servicio**

La fiabilidad se refiere a la habilidad que tienen los empleados de ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. Posteriormente se presentan las directrices para mejorar la fiabilidad del servicio en las aduaneras.

-Ofrecer un buen trato al cliente siendo respetuoso y educado para que el mismo se sienta a gusto, entusiasmado y con ganas de volver a la empresa.

- El empleado debe preocuparse por cubrir las expectativas del cliente mostrando eficacia en la prestación del servicio.

-Ser cuidadosos al momento de realizar el trabajo y suministrar la información requerida al cliente para llevar a cabo los trámites y operaciones aduaneras.

-Ayudar voluntariamente al cliente siempre que se le presente algún problema acercándose al mismo, proponiéndole su ayuda incondicional y brindándole agilidad en los trámites necesarios para solucionar el inconveniente.

• **Directrices para brindar una excelente Capacidad de Respuesta**

La capacidad de respuesta es la disposición y voluntad del empleado para brindar el servicio al cliente de forma rápida. Se pueden apreciar seguidamente las directrices para brindar una excelente capacidad de respuesta en las aduaneras.

-Brindar atención inmediata al cliente durante un trámite aduanero.

-Atender al cliente de manera rápida y oportuna para no hacerlo esperar y el mismo se sienta a gusto con la atención que se le brinda.

-Evaluar posibles inconvenientes que puedan presentarse con los buques en los retrasos de la liberación de mercancías y notificarlo lo más pronto posible al cliente para que esté al tanto de lo sucedido.

-Mantener siempre la aclaración de dudas que se le presente al client

#### • **Directrices para disponer de seguridad en la Prestación del Servicio**

Es de mencionar que la seguridad es la cantidad de conocimientos o aprendizajes que tienen el empleado en la atención del servicio. Las directrices para disponer de seguridad en la prestación del servicio en las aduaneras son las siguientes.

-Dar respuestas a las preguntas del cliente de manera clara y precisa para que el mismo se sienta convencido del servicio.

-Ganarse la confianza al cliente y transmitirle seguridad con respecto al servicio ofrecido, entablando conversaciones con optimismo, respecto y sinceridad. Además de ser un cliente también puede considerarse un amigo.

-Expresarse con un lenguaje apropiado hacia los clientes, brindando un trato cordialmente, educado y amable, se debe recordar que son profesionales altamente preparados.

-Preservar y reforzar cada vez más la capacitación, conocimientos y habilidades que tienen los empleados para realizar trámites u operaciones aduaneras.

#### • **Directrices que Aumenten la Empatía al concebir el Servicio**

La empatía es la atención individual del empleado hacia el cliente en la prestación del servicio. Para este elemento se establecieron las siguientes directrices con el fin de aumentar la empatía al concebir el servicio.

- Conservar y mantener la simpatía que tiene los empleados en el trato hacia los clientes a pesar de la recarga de trabajo, tiene que estar presente un equilibrio emocional para poder lograr ofrecer un buen servicio.

-Preocuparse siempre por los intereses del cliente, cabe destacar que el empleado está en ese trabajo para ayudar a los demás que necesiten del servicio.

-Mantener el horario a disposición de los clientes para que los mismos estén conformes y sigan demandando de los servicios.

Planteadas las directrices para mejorar la calidad del servicio en las aduaneras se sugiere la aplicación de la misma para poder satisfacer al cliente en su total cabalidad debido a que la Aduanera Elebe de Venezuela C.A necesita mejorar para poder satisfacer a todos sus clientes y estas estrategias planteadas le permitirán brindar un servicio de calidad generando así complacencia del cliente, fidelidad, recomendación ante las demás personas y con el fin de mantener la rentabilidad en la empresa.

### **Consideraciones Finales**

La investigación realizada en la Aduanera Elebe de Venezuela C.A, se determinó que necesita aplicar estrategias para mejorar la calidad del servicio debido a gran cantidad de empleados no se encuentra motivado ni satisfecho para brindar un buen servicio al cliente debido a la rutina diaria durante tantos años, presión en el trabajo, la falta de incentivo, premios, aumentos que permitan entusiasmar a los empleados en la realización de sus actividades. Asimismo, carece de rapidez en los trámites, entrega de mercancías en el lapso establecido por inconvenientes o casos fortuitos que se presentan a veces, de esta forma la calidad del servicio se ve afectada porque cierta cantidad de clientes se sienten insatisfechos por estos aspectos negativos como las demoras, falta de responsabilidad, amabilidad y mantenimiento a las maquinarias por parte del personal laboral de la aduanera.

Se detectó que cierta cantidad de empleados se preocupa por la atención al cliente, pero una pequeña cantidad no por lo que en ocasiones no ayudan voluntariamente al cliente debido a

ocupaciones, recargas de trabajo o presión en el mismo. También se observó que tanto algunos cumplen con el horario de trabajo como otros no, generándose así impuntualidad.

Cierta cantidad de clientes están inconformes con la atención recibida por parte de los empleados, asimismo manifestaron la falta de interés por algunos empleados en ayudarle con el servicio por lo que en ocasiones han vivido malas experiencias en la espera por parte de los empleados para la prestación del servicio.

Desde la percepción de los empleados el servicio ofrecido por la Aduanera es excelente, pero, desde la percepción de los clientes el servicio no es ni totalmente malo ni excelente, el mismo necesita mejorar en muchos aspectos negativos que tiene por el cual se sienten insatisfechos. Sin embargo, a través de los resultados obtenidos se comprobó que el servicio prestado no es excelente como expresan los empleados, se encuentra personal bastante capacitado para llevar a cabo la prestación del servicio, pero existen muchos factores negativos y perjudiciales que afectan tanto a la empresa como a sus clientes lo que genera insatisfacción por parte de los mismos.

Se pudo observar que la calidad del servicio que brinda la Aduanera Elebe de Venezuela C.A a sus clientes necesita mejorar totalmente en muchos sentidos para poder satisfacer con cabalidad los clientes y tener totalmente satisfechos a los empleados en la ejecución de su trabajo logrando así mantener sus ingresos también y procurar mantenerse en el mercado.

### **Nota Al Pie [1]**

[\*] ***Franyelis Rodríguez M.***

Lic. en Administración de la UDO- Nueva Esparta. Correo Electrónico: fraymaris13@hotmail.com.

[\*\*] ***Pedro F, Alfonso***

Profesor Titular a Dedicación Exclusiva de la UDO-Nueva Esparta, Ingeniero Civil de la UCV, Magister Scientiarum en Educación, Mención: Gerencia Educativa, UPEL Maturín. Doctor en Ciencias de la Educación, Universidad Interamericana de Educación a Distancia de Panamá UNIEDPA. **ORCID: 0009-0002-3015-7343.** Correo Electrónico: pedro.fausto2009@Gmail.com. Teléfono: +58 0445545.

[1] En este artículo se muestran resultados parciales obtenidos en la tesis de Grado, titulada: Calidad del Servicio para Medir la Satisfacción del Cliente en Empresas Aduaneras. Caso Aduanera de Venezuela C. A. Aprobada con Mención Honorífica.

## Referencias Bibliograficas

- Álvarez V. y Bastardo P. (2004). *Comportamiento posterior a la compra: nivel de satisfacción de los usuarios de las diversas compañías de telefonía móvil Telcel, Movilnet y Digicel en la ciudad de Cumaná*. Universidad de Oriente. Núcleo de Sucre. Cumaná
- Chiavenato, I. (2000). *Administración de Recursos Humanos*. (5ta edición). Mc Graw- Hill. Bogotá. Colombia.
- Galviz, I. (2011). *Calidad en la Gestión de Servicios*. Editorial biblioteca Universidad Rafael Urdaneta. Maracaibo. Venezuela
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2012). *Marketing*. (14ta Edición). Editorial Pearson Educación de México, S.A. de C.V.
- Kotler, P. (2001). *Dirección de Marketing*. Editorial Prentice Hall. Hispanoamericana, S.A. México. Edición del Milenio.
- Eiglier y Langeard (1989). *Servucción. El marketing de servicios*. Serie McGraw Hill de Management Interamericana de España, S.A. (Página web En línea). Disponible en línea: <http://servuccion1.blogspot.com/2013/01/satisfaccion-cliente-antecedentes-enlos.html>. [Consultado: 2024 junio 09].
- Reyes, mayo y Loredó. (2009). *La evaluación de la calidad de los servicios a partir de la satisfacción de los clientes*. Observatorio de la economía latinoamericana. N 113. Disponible en línea: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/cu/2009/bac/htm>. [Consultado: 2024, mayo 3]
- Rodríguez, F. y Alfonzo, P. (2017). *Calidad del Servicio para Medir la Satisfacción del Cliente en Empresas Aduaneras. Caso Aduanera Elebe de Venezuela C.A.* U.D.O.N.E Trabajo de Grado. Universidad de Oriente. (UDO) Guatamare.