



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Operaciones aduaneras y la satisfacción del cliente en la empresa TLI

Aduanas S.A.C – Lima, 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Negocios Internacionales

AUTORA:

Solange Brenda Villanueva Baldeón (ORCID: 0000-0002-0884-0341)

ASESOR:

Dr. Lessner Augusto León Espinoza (ORCID: 0000-0002-9983-8967)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

CALLAO – PERÚ

2019

Dedicatoria:

El presente trabajo está dedicado a
Dios, a mi madre por ser el principal
motivo de todos mis logros, por apoyarme,
por nunca dejarme sola en mis peores momentos,
por comprenderme, por impulsarme, acompañarme
en toda la carrera y por sobre todas las cosas a mi padre, mi ángel

Agradecimiento:

A mis asesores por cada enseñanza brindada
y a mi familia por estar conmigo, por sus consejos
por darme fuerzas cada vez que lo necesitaba.

Página del Jurado

Declaratoria de Autenticidad

Índice

| | |
|--|-----------|
| Carátula..... | i |
| Dedicatoria: | ii |
| Agradecimiento:..... | iii |
| Página del jurado..... | iv |
| Declaratoria de Autenticidad..... | vi |
| Índice..... | vii |
| Resumen | viii |
| Abstract | ix |
| I.INTRODUCCIÓN | 1 |
| 1.1 Realidad problemática | 1 |
| 1.2 Trabajos previos | 5 |
| 1.2.1 Antecedentes Internacionales | 5 |
| 1.2.2 Antecedentes Nacionales | 6 |
| 1.3 Teorías relacionadas al tema | 8 |
| 1.3.1 Variable I: Operaciones aduaneras | 8 |
| 1.3 TEORÍA RELACIONADAS AL TEMA | 9 |
| 1.3.2 Variable II: Satisfacción del cliente..... | 10 |
| 1.4 Formulación del problema | 11 |
| 1.4.1 Problema general | 11 |
| 1.4.2Problemas específicos..... | 11 |
| 1.5 Justificación del estudio..... | 11 |
| 1.6 Hipótesis | 13 |
| 1.6.1 General..... | 13 |
| 1.6.2 Específicas | 13 |
| 1.7 Objetivo | 13 |
| 1.7.1 General..... | 13 |
| 1.7.2 Específicos | 13 |
| II. MÉTODO | 14 |
| 2.1 Diseño de investigación..... | 14 |
| 2.1.1 Enfoque de investigación..... | 14 |
| 2.1.2 Método de investigación..... | 14 |
| 2.1.3 Diseño de investigación | 14 |

| | | |
|------------|--|----|
| 2.1.4 | Tipo de investigación | 14 |
| 2.1.5 | Nivel de investigación..... | 15 |
| 2.2 | Variables, operacionalización | 15 |
| 2.2.1 | Operacionalización de variables..... | 15 |
| 2.2.2 | Matriz de operacionalización | 23 |
| 2.3 | Población y muestra | 25 |
| 2.3.1 | Población..... | 25 |
| 2.3.2 | Unidades de muestreo | 25 |
| 2.3.3 | Muestra | 25 |
| 2.4 | Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad | 26 |
| 2.4.1 | Técnica de recolección de datos | 26 |
| 2.4.2 | Instrumento de recolección de datos..... | 26 |
| 2.4.3 | Validez..... | 27 |
| 2.4.4 | Confiabilidad..... | 27 |
| III | RESULTADOS: | 29 |
| 3.1 | Análisis descriptivo | 29 |
| 3.1.1. | Resultados de dimensiones | 29 |
| 3.2 | ANÁLISIS DE LA PRUEBA DE NORMALIDAD..... | 39 |
| 3.3 | PRUEBA DE CORRELACIONES..... | 39 |
| 3.3.1 | Hipótesis general: | 39 |
| IV | DISCUSIÓN: | 44 |
| | Discusión - hipótesis específica 1: | 45 |
| | Discusión - hipótesis específica 2 | 46 |
| | Discusión - hipótesis específica 3 | 47 |
| V | CONCLUSIONES: | 50 |
| VI | RECOMENDACIONES: | 51 |
| | REFERENCIAS | 52 |
| | ANEXOS | 56 |

Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo determinar la relación entre las operaciones aduaneras y satisfacción al cliente en la empresa TLI Aduanas S.A.C-2019. El diseño que se utilizó fue no experimental - transversal, el tipo de investigación fue aplicada, con nivel de investigación descriptiva correlacional, de enfoque cuantitativa y de método hipotético deductivo. La población de objeto de estudio fue de 41 trabajadores del área de importaciones en la empresa TLI Aduanas S.A.C Lima - 2019, siendo la muestra de 30 personas. Posteriormente al procesar los datos en el software estadístico SPSS 24 y luego interpretarlos, se determinó que el alfa de cronbach fue de 0.973, siendo con un valor del nivel de fiabilidad muy alta.

Palabras claves: Importación, operatividad aduanera, proceso aduanero, customs process.

Abstract

This research work aims to determine the relationship between customs operations and customer satisfaction in the TLI Aduanas SAC- 2019 company. The design that can be used non-experimental - cross-sectional, the type of research was applied, with a level of descriptive correlational research, quantitative approach and deductive hypothetical method. The population under study was 41 workers from the import area in the company TLI Aduanas S.A.C Lima - 2019, being the sample of 30 people. After processing the data in the SPSS 24 statistical software and then interpreting it, it was determined that the cronbach alpha was 0.973, being a very high control level value.

Keywords: Customs, operations, import

I.INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad problemática

El negocio, un cambio de productos y servicios entre varios países del mundo entre sí, por lo que conllevan a realizarse el comercio de las mercancías dentro de una regulación proteccionista. Los volúmenes del comercio internacional están aumentando en todo el mundo, además de la importancia y el interés por conocer cuán importante es llevar a cabo un correcto proceso de operaciones aduaneras en el comercio para lograr una compra exitosa y efectividad para el fortalecimiento en la economía.

El agente de aduana es partícipe de la cadena de logística en el comercio internacional, encargándose de gestionar las operaciones aduaneras de los clientes importadores, cuyo propósito es en el menor tiempo posible lograr que ingresen las mercancías al territorio aduanero para el embarque a sus productos y entrega a tiempo al cliente.

Es por ello que, una de la más importante agencia de aduanas como SCHARFF S.A, que es una empresa transnacional, ubicado en Ecuador, Bolivia y Chile que brindan diversas conexiones de alto valor en su cadena de logística cuya finalidad es poder facilitar las gestiones y procesos en el comercio exterior y cumplimiento con las entregas de mercancías a tiempo cumpliendo la satisfacción del cliente. El grupo Scharff es una organización que cuenta con siete unidades de negocio distribuidas en departamentos importantes en comercialización del País. Además, el grupo Scharff obtiene un convenio en 1994 con Federal Express (FEDEX) para realizar las operaciones logísticas en Perú, en donde se encarga de ofrecer todo el proceso logístico, desde la recepción del paquete por aduanas hasta la distribución del mismo. Pero contaba con bajo nivel de automatización de procesos internos y para mejorar sus procesos tuvo que tomar otras medidas con respecto a las tarifas de Fedex por ejemplo, en donde los servicios Courier no afecten al cliente y la responsabilidad de éstas tarifas sean asumidas por la empresa, es decir se tuvo que realizar reducción en los gastos administrativos, tanto en el área de almacenamiento como en las políticas de distribución de los pedidos. Además tuvo que cambiar su estructura organizacional en donde se realizaron algunos cambios internos además de la

reestructuración del área de recursos humanos, para lograr capacitar a los colaboradores con un trabajo más eficiente en un buen ambiente laboral que es un buen reflejo con la permanencia de los clientes, con softwares actualizados para brindar información automática al cliente que es la debilidad también de muchas empresas en el rubro aduanero ya que la mercadería viaja y se necesita una trazabilidad ideal para el rastreo de su despacho.

En el nivel nacional la empresa AUSA SOLUCIONES LOGÍSTICAS, es una empresa que es considerada como uno de los operadores logísticos líder en el sector, avalados por la excelencia de su servicio. Además, se encuentra en el proceso de captación de clientes importadores/exportadores, además de una constante plan de estrategia de marketing e innovación constante.

Contar con visibilidad en las operaciones logísticas es muy importante ya que nos permite monitorear y obtener información relevante a través de todas las etapas de las operaciones aduaneras, dándonos la capacidad de gestionar y tomar decisiones informadas que puedan generar eficiencias en las operaciones y tener capacidad de respuesta ante situaciones no esperadas. Como principal finalidad, la agencia AUSA pretende contar con otro beneficio como la mejora de experiencia del cliente interno y externo que sería el resultado del buen manejo de trazabilidad. Además, pretende mejorar en sus operaciones aduaneras la reducción de costos, agilizar el proceso de transporte desde la documentación hasta las unidades disponibles para la entrega de mercadería desde el almacén hasta las instalaciones del cliente final.

Para el sector exportaciones e importaciones, el INEI manifiesta: En agosto del 2019, el volumen total exportado de bienes disminuyó en 5,5% respecto a agosto de 2018, debido al descenso en los embarques de los productos tradicionales (-7,2%) y no tradicionales (-1,5%). Asimismo, el volumen total de las importaciones FOB registró una variación de -1,7%, por la menor compra de materias primas y productos intermedios (-11,5%). En valores nominales, la importación FOB sumó US\$ 3 539,6 millones, ubicándose por debajo del nivel alcanzado en agosto de 2018 (-6,3%). Debemos indicar que, los índices de precios

de exportación e importación disminuyeron en 3,4% y 4,6%, respectivamente, en relación a similar mes del año anterior. En el mes de análisis, el saldo comercial fue superavitario, en valores reales de 2007 totalizó US\$ 334,3 millones y en valores nominales fue US\$ 79,7 millones.

En el caso de la empresa TLI Aduanas SAC, es una empresa peruana que es encargada de ofrecer a sus clientes un servicio integral de logística, servicios de agenciamiento de aduana, almacenaje, transporte y distribución además de contar con métricas KPI que permite al cliente medir objetivamente el desempeño de la agencia en el tiempo real de sus despachos, que se debería brindar por tal motivo un servicio excelente y por ende satisfacción plena del cliente, sin gastos operativos adicionales, optimización de recursos (tiempo y dinero) que son vitales en la organización y obteniendo sus mercancías a tiempo oportuno pero sin embargo existen debilidades en las operaciones aduaneras que se deben de mejorar como los procesos de visto bueno, retrasos de retiros de mercadería por bloqueos de BI's por parte del almacén, coordinaciones con el personal asignado para retiro de la carga, coordinaciones con el agente de carga y direccionamientos extemporáneos.

De lo descrito en las empresa SCHARFF, AUSA SOLUCIONES LOGÍSTICAS y TLI ADUANAS S.A.C mencionadas anteriormente, se realiza la comparación determinándose que las dos primeras empresas tienen un éxito en seguir creciendo internacionalmente, en busca de la mejora eficaz en sus procesos operativos aduaneros de importación en el comercio exterior, teniendo como resultado brindar confianza y satisfacción del cliente cumpliendo una promesa de compra efectiva y oportuna desarrollándose las operaciones aduaneras brindando seguridad en cada despacho del cliente. En cambio, la empresa TLI Aduanas, es necesario detectar nuevas opciones en donde consiga un mejor desarrollo en los procesos que exigen los mercados ya que, es importante para brindar un buen servicio y actividades del comercio internacional, de la mano con la tecnología que cuenten con software y/o programas en donde puedan desarrollar sus actividades con mayor eficacia además de llevar un mejor control de sus despachos y de proporcionar información al

cliente como seguimiento de sus mercancías, englobado en una perfecta operación aduanera sin percances que afecten el KPI de los clientes.

Por lo tanto se hace necesario analizar la relación de las operaciones aduaneras y agrado de los consumidores en la compañía TLI Aduanas S.A.C – Lima, 2019”

1.2 Trabajos previos

1.2.1 Antecedentes Internacionales

Dos Santos, M. (2016); artículo científico titulado: SATISFACCIÓN AL CLIENTE Y CALIDAD, en la presente investigación tiene como objetivo es investigar las referencias de con la finalidad de ofrecer el servicio recibido. El método es el PLS, el cual es un exámen de retorno con base a la varianza, tiene una naturaleza exploratoria. La población fue alrededor de 13,403 estudiantes del centro educativo. La muestra fué de 279 unidades. Par la encuesta se utilizó la escala de likert 2 conjuntos de alumnado, se obtuvo el alfa de Cronbach 0.86, Obteniendo una significancia de 0.000. El escritor finaliza, con respecto a la primera variable, señala que sería inexcusable no desatender el lado tangible de la prestación; sino contar con montajes higiénicos y habitables para un ideal estudio. Los ítems estudiados fueron los que nos otorgaron la información de una mayor varianza indirecta de agrado para sugerir. El tanteo nos indica con pasados estudios que las letras nos ayuda a una intensa conexión indudable entre las dos variables estudiadas.

Rivera, S. (2019); estudio nombrado “ Satisfacción de clientes y calidad de servicio de la compañía Greenandes Ecuador, cuya finalidad general es estimar la cualidad de prestación y el agrado del consumidor de la compañía estudiada. La metodología fue de enfoque cuantitativo, descriptivo y correlacional. Los habitantes fueron de 336 consumidores exportadores, con un muestreo de 179 a quienes se les realizó el sondeo, utilizando la escala de Likert. El nivel de significancia es de 0.05, el cual nos detalla que hay evidencia para admitir la hipótesis que se propuso en éste estudio. Además el coeficiente de correlación Spearman es de 0.457, que nos manifiesta que efectivamente hay una correlación efectiva entre ambas variables. Los resultados de alfa de cronbach fue mayor a 0.8, es decir, los ítems se encuentran altamente conectados.

Samira, M. (2017); estudio nombrado “Satisfaccion del consumidor de café de comercio justo a partir del valor percibido y su contribución en la lealtad al cliente” cuya finalidad general es brindar la conexión que entre el agrado del consumidor de la cafetería a partir del valor notado y ayudar en la lealtad al consumidor. La metodología tiene un alcance descriptivo, correlacional. La muestra es de 184 consumidores españoles de comercio Justo.

El alfa de cronbach es de 0.927 el cual representa una confiabilidad muy alta y un resultado de significancia de 000, con razón a la correlación se empleó el estadístico de Spearman, arrojando un tanteo de 0.875 evidenciando un elevado grado de correlación

Nápoles, Tamayo, Moreno (2016), en su artículo ‘‘ Measuring and improving internal customer satisfaction in university institutions’’ para la revista de investigación científica de la universidad Holguín ‘‘Oscar Lucero Moya’’. Cuya finalidad general es verificar que los consumidores desean cada vez una prestación mejorada, lo que toleraría a una elevada administración de calidad para recabar a los agrados consumidores. La metodología fue de análisis y síntesis histórica, deductivo. Se utilizaron indagaciones para calcular el agrado de los consumidores. La población fue de los 100% consumidores internos en las instituciones educativas. Como efecto se obtuvieron análisis en distintas partes, los cuales nos amparó a reconocer factores que inciden en el agrado de los consumidores para ofrecer mejores tácticas. Como recapitulación, que el acto propuesto consta de una considerable herramienta para tomar decisiones, en donde salva a la dirección universitaria la opción de contar con estrategias que otorgan soluciones de deficiencias en cada paso de ayuda para obtener un resultado elevado de agrado del servicio.

Córdova, W. (2017), en su estudio nombrado: ‘‘ El Mercosur en la economía nacional caso: incidencia del mercado común del sur en la balanza comercial de la economía peruana 2004-2015’’, cuya finalidad general es examinar la incidencia de la dinámica del comercio de los países conformantes por el MERCOSUR, con el fin de reflejar los criterios de corto y mediano plazo. La metodología es aplicada, descriptiva-correlacional, con una investigación cuantitativa. La estadística inferencial de Pearson tuvo un tanteo de 0.803% entre las variables de estudio y una significancia de 0.001, reflectando un elevado un alto rango de correlación.

1.2.2 Antecedentes Nacionales

Quispe, O.; Maza, W. (2018) en su investigación titulada ‘‘Satisfacción del cliente y calidad de servicio en la empresa G&C Imperial Cargo SRL., Cusco, 2017’’, cuya finalidad general es implantar la conexión entre el agrado del consumidor y la cualidad de servicio

en la compañía. La estrategia de trabajo tiene un diseño no experimental, de prototipo aplicado, cuantitativo y correlacional - transversal. Los habitantes fueron 120 clientes fijos registrados en la empresa G&C, obteniendo un muestreo de 43 clientes. Se utilizó el alpha de Cronbach: 0.875, por lo que figura su confiabilidad muy elevada. Se utilizó la estadística de Rho de Spearman y significancia de 0.008, por lo que se rechaza la suposición nula, por ende se determina que si subsiste una conexión entre las dos variables.

Huamán, H. (2017), en su investigación titulada “Las operaciones aduaneras y la lucha contra el contrabando en las unidades operativas de la Sunat-Aduanas” cuya finalidad general es medir la conexión entre los procedimientos operativos y su lucha contra el contrabando. La estrategia de trabajo fué de enfoque cuantitativo de tipo no experimental, acerca de los habitantes, se realizaron con un total de 100 oficiales de aduana y dio como muestra a 80 oficiales de aduana. Como instrumento se utilizó un formulario con 5 niveles de respuestas que fueron dirigidos a los que trabajan en la Sunat del área operativa. El Rho de Spearman, tuvo como resultado de 0.812 y de significancia: 0.05, por lo que niega la suposición nula y se aprueba la alterna. El causante finaliza que efectivamente existe una correlación positiva elevada entre las variables estudiadas.

Montesinos, E. (2018) en su estudio nombrado: “ Operaciones aduaneras y ventajas competitivas en la empresa Centro de Acopio y Alimentos, El Salvador E.I.R.L-Lima-2018, cuya finalidad general es estatuir la conexión entre las variables estudiadas. La estrategia de trabajo es no experimental, descriptivo - correlacional, con un diseño de investigación cuantitativo y los habitantes fueron por 40 colaboradores. La validación estadística se fue a través del Alfa de Cronbach resultando un 0.890, para hallar la normalidad de las variables, se usó la prueba de Shapiro Wilk, dando como consecuencia una significancia de 000 y el estadístico de Spearman arrojó 0.815 resultando un elevado grado de correlación.

Ramos, Yauri. E. (2017) en su estudio nombrado: “ Decisiones financieras y la rentabilidad de la cooperativa de ahorro y crédito Huancavelica LTDA. N°582-PERIODO 2015” su finalidad general es de percatarse la relación entre las variables estudiadas. La estrategia de trabajo es aplicada, correlacional - descriptivo. Los habitantes fueron 50 colaboradores de la cooperativa con un muestreo de 35 colaboradores. Su nivel de

significancia de 0,001 negando la suposición nula y aprobando la alterna. El coeficiente de Rho Spearman fue de 0.702 el cual demuestra ser una correlación efectiva elevada.

Chávez, B.; Herrera, A. (2019) en su estudio nombrado: ‘Conocimiento de leyes aduaneras y la incautación de mercaderías y medios de transportes en la región San Martín, 2015’ su cuya finalidad genera les decretar la conexión entre las variables estudiadas. La estrategia de trabajo fue aplicada, descriptivo - correlacional con diseño no experimental. Los habitantes fueron 9024 transportistas que transitaron por el cargo. La muestra estuvo conformada por 368 transportistas. Se utilizó el coeficiente: Rho Spearman 0.845, reflejando un alto grado de correlación obteniendo de significancia de 0.000 negando la suposición nula y aprobando la alterna. El investigador concluye que, De acuerdo con determinar la conexión entre las variables, su conexión es existente y es aprobada estadísticamente.

1.3 Teorías relacionadas al tema

1.3.1 Variable I: Operaciones aduaneras

Empezaremos a definir ‘‘ Operaciones aduaneras ’’ elaborados por expertos del tema:

Según Coll, P. (2015) En un mercado globalizado, las operaciones aduaneras junto con las operaciones relacionadas a las transacciones financieras dan origen a los intercambios de bienes y servicios, en consecuencia, a esta realidad cotidiana se deben tener presentes el cumplimiento de las normas legales. (pág. 55)

De acuerdo a lo expuesto por el autor existen entes principales que se encargan de llevar a cabo una operación de comercio internacional y que se debe de desarrollan procesos aduaneros cumpliendo con las normativas legales.

Castellanos, A. (2015) Las operaciones aduaneras son las gestiones y trámites de un despacho de mercancía que se efectúan en el servicio en relación con las destinaciones aduaneras.

De acuerdo a lo expuesto por el autor, se interpreta que son un conjunto de actividades y procesos que se deben de efectuar para llevar a cabo un despacho de importación, bajo la potestad aduanera.

Benito, T. (2014) Las operaciones aduaneras son, de una parte hechos, pero por otra son situaciones jurídicas y para analizarlos es necesario cumplir con ciertos procedimientos y para lograr situaciones jurídicas se necesitan otros requisitos. (pág. 76)

De acuerdo a lo expuesto por el autor, como se sabe no hay una definición exacta acerca de ésta variable, por lo cual hemos encontrado diversos conceptos y procedimientos que el autor no especifica ya que, solo generaliza.

Se escogió la definición para Coll (2015) porque menciona y describe con precisión la definición de las operaciones aduaneras, aportando mucha información necesaria para mi investigación.

1.3 TEORÍA RELACIONADAS AL TEMA

1.3.1. VARIABLE 1: Teoría del Mercantilismo

Marrón, D. (2014) La teoría del Mercantilismo es conocido como la doctrina que establece de manera conveniente una balanza comercial propicio, basado en las relaciones económicas y al comercio exterior, con la finalidad de brindar prosperidad nacional. Además, es una teoría económica nacionalista en donde la principal idea es la prosperidad de un país dependiendo de su capital y del comercio internacional que puede ser estático o incambiable. Es decir, la teoría asume que la riqueza y los activos son iguales. Se sabe que por muchos años venia oro de las colonias y el objetivo principal era el tener más oro y metales, que cuanto más se tenga esos metales era similitud a símbolo de riqueza, logrando el aumento de la balanza comercial a través de las exportaciones que siempre deben ser mayor a las importaciones, en donde el mismo estado debe aplicar la política proteccionista e su economía, logrando imponer aranceles para ciertos productos para que no puedan ingresar al país protegiendo a la industria nacional. (pág. 38)

1.3.2 Variable II: Satisfacción del cliente

Palomo, M. (2014) La satisfacción del cliente es previa a la lealtad, un consumidor leal siempre es un consumidor agrado, aunque no es necesariamente un consumidor fiel, pero que si se deben de cumplir con sus expectativas y fiabilidad. (pág. 82)

De acuerdo a la definición del autor define la satisfacción al cliente con palabras claves, aclarando la diferencia con la franqueza del comprador, ya que los consumidores primero esperan antes del consumo y analizan lo que perciben después de él, diseñando la imagen de la empresa.

Según Palomino (2014). Nos dice que: “La norma ISO 9001:2008 fija la satisfacción del usuario, como el efecto de comparar las perspectivas antes del usuario, puestas en los servicios, productos y en los desarrollos y figuras de la compañía con el valor percibido al terminar las relaciones comerciales; es decir, lo que los usuarios aguardan antes del consumo y lo que notan después de él” (p. 85).

De acuerdo a lo expuesto por el autor de citar a la norma ISO ya que, se encarga de los cumplimientos de gestión de calidad y que además promueve procesos que busca aumentar de manera constante la satisfacción al cliente.

Arriaga B. (2014) sostiene que: La satisfacción al cliente es la finalidad primordial de las organizaciones en el acontecimiento de las asistencias de oficio y producto que recibe el cliente siendo la satisfacción del consumidor en función a sus expectativas y experiencias de compra con nosotros como empresas, haciendo que ellos se identifiquen y comparen eficiencia, logrando su satisfacción. (p.15)

Es pertinente indicar que para toda empresa la principal responsabilidad e interés es brindar el mejor servicio comparando con otras empresas y logrando la satisfacción del cliente.

Se escogió la definición de Arriaga (2014) porque conceptualiza muy bien la satisfacción y sobretodo el sentir del consumidor que, si es positivo conlleva a las recomendaciones, es decir obtener mayores ingresos, preferencias e indicador del buen manejo de procesos internos de la empresa.

TEORÍA:

Los dos factores en la satisfacción al consumidor o teoría de la motivación:

Fernández, E. (2013) Sostiene que ésta teoría determina la satisfacción de los clientes en donde se pueda desarrollar correctos procedimientos para llegar a lograr dicho objetivo en donde unas magnitudes de las utilidades están vinculadas con el agrado del consumidor y otras están conectadas a la insatisfacción del consumidor pero que, al reducir la insatisfacción del cliente no quiere decir que sea un cliente insatisfecho, sino se le llamaría ausencia de satisfacción y al aumentar la satisfacción no quiere decir que sea un cliente satisfecho sino se le llamaría ausencia de insatisfacción, considerando que las empresas deberían de proponer con múltiples oportunidades de actividad para que se diferencien o destaquen ante las otras organizaciones y así obtener una posición competitiva ventajosa. (pág.56)

1.4 Formulación del problema

1.4.1 Problema general

¿Cómo se relaciona las operaciones aduaneras con la satisfacción del cliente en la empresa TLI Aduanas S.A.C, 2019?

1.4.2 Problemas específicos

- ¿Cómo se relaciona las transacciones financieras con la satisfacción del cliente en la empresa TLI aduanas S.A.C– Lima, 2019?
- ¿Cómo se relaciona los intercambios de bienes y servicios con la satisfacción del cliente en la empresa TLI aduanas S.A.C – Lima, 2019?
- ¿Cómo se relaciona las normas legales con la satisfacción del cliente en la empresa TLI aduanas S.A.C – Lima, 2019?

1.5 Justificación del estudio

En la prueba del estudio se exponen todas las razones, los cuales nos parecen de suma importancia y motivación para la realización de una investigación:

Teórico

La importancia teórica del presente trabajo de investigación es otorgar información de las etapas de las maniobras aduaneras para que los usuarios tengan más conocimiento del proceso documentario y saber que pasan con las mercancías que llegan al país a la vez del óptimo cumplimiento con las fechas de entrega de mercadería a favor de los importadores.

Metodológico

El propósito de ésta investigación es aportar conocimientos sobre las maniobras aduaneras en el régimen de importación en las agencias de aduanas y su óptima venta hacia el cliente, logrando su venta satisfactoria.

Práctico

El presente estudio se justifica porque los procedimientos empleados en el estudio, antes la validación y confiabilidad de la investigación, efectivamente podrán ser utilizados en otros trabajos y de empresas que deseen generar nuevas metodologías de trabajo en donde el desarrollo a tiempo de sus actividades funcionen de manera efectiva.

Social

Gracias a la cantidad de procesos que cuentan las operaciones aduaneras de importación y mejora continua con la entrega de pedidos según las fechas establecidas y/o indicadas al cliente a cerca de sus mercancías, es ahí cuando sufre el impacto muy fuerte de las opiniones y satisfacción del consumidor que conlleva a demás a las recomendaciones de más clientes para trabajar con nuestra empresa mejorando la condición empresarial, además de que es importante la presente investigación para las empresas al saber cuán importante es tener un buen manejo interno de procesos, viéndose reflejado en la frecuente compra del cliente.

Conveniencia

El presente trabajo de investigación difundirá además a los consumidores, informándoles sobre las operaciones aduaneras en el área de importaciones sin recurrir a gastos adicionales por algún contratiempo o reproceso, cumpliendo con la satisfacción del mismo.

1.6 Hipótesis

Según Muñoz (2015) Nos dice que:

A la hipótesis de trabajo se le puede definir como una hipótesis inicial que el investigador con razonable fundamento formula como respuesta anticipada al problema de investigación, obviamente que en el decurso de la exploración logre convertirse en una hipótesis de exploración.

1.6.1 General

- Las operaciones aduaneras se relaciona con la satisfacción al cliente e la empresa TLI Aduanas S.A.C, Lima – 2019

1.6.2 Específicas

-Las transacciones financieras se relaciona con la satisfacción del cliente en la empresa TLI aduanas S.A.C – lima, 2019.

-Los intercambios de bienes y servicios se relaciona con la satisfacción del cliente en la empresa TLI aduanas S.A.C – lima, 2019.

-Las normas legales se relaciona con la satisfacción del cliente en la empresa TLI aduanas S.A.C – lima, 2019.

1.7 Objetivo

1.7.1 General

-Determinar la relación que existe entre las operaciones aduaneras y la satisfacción al cliente en la empresa TLI aduanas S.A.C – lima, 2019.

1.7.2 Específicos

-Determinar la relación que existe entre las transacciones financieras con la satisfacción del cliente en la empresa TLI aduanas S.A.C – lima, 2019.

-Determinar la relación que existe entre los intercambios de bienes y servicios con la satisfacción del cliente en la empresa TLI aduanas S.A.C – lima, 2019.

-Determinar la relación que existe entre Las normas legales con la satisfacción del cliente en la empresa TLI aduanas S.A.C – lima, 2019.

II. MÉTODO

2.1 Diseño de investigación

2.1.1 Enfoque de investigación

La exploración tiene un enfoque CUANTITATIVO.

Según Hernández R., Fernández C. y Baptista P. nos dice que: Se emplea la recolección de datos para cerciorarse las suposiciones, empleando recuento además de una mensuración numérica, en donde se puede implantar diversos indicadores y cerciorar teorías (2014, p.4

2.1.2 Método de investigación

La exploración tiene un método HIPOTÉTICO – DEDUCTIVO

Muñoz (2015), nos manifiesta que para éste método se trata de proponer la certeza o engaño de las suposiciones (que se puede contrastar sin rodeos, por su regidez de proposiciones usuales)

2.1.3 Diseño de investigación

La presente exploración tiene un diseño NO EXPERIMENTAL – TRANSVERSAL

Para Hernández (2014), Se realiza cuando no se tiene que alterar las variables de la exploración, con la finalidad de percibir la consecuencia que conlleva una sobre la otra. Considerando que se observa lo que acontece naturalmente para luego examinar (p. 149).

Hernández (2014), una exploración transversal es en donde la recolección de datos sucede en una situación exacta durante la exploración, Además tiene la finalidad de describir las variables de estudio y estudiar el vínculo entre ellas (p. 151).

2.1.4 Tipo de investigación

El tipo de la exploración es APLICADA, según Muñoz (2015) precisa que, el diseño de aplicación se aconseja cuando el argumento, la idea de investigación indagan los desenlaces de dificultades prácticos. (Cap. 9)

2.1.5 Nivel de investigación

Esta exploración tiene: nivel de investigación DESCRIPTIVA CORRELACIONAL

Según Bernal (2016), nos dice que: Se conoce a la descriptiva, porque se encarga de percatarse de las posturas, y procesos predominantes a través de una descripción explícita en la presente exploración. (p. 115).

Lerma, H. (2016) La exploración correlacional tiene un valor de justificar, ya que al saber que los conceptos de mis ambas variables están relacionados entre sí, aportando de alguna manera información explicativa. (pág. 94)

2.2 Variables, operacionalización

La exploración cuenta con: Dos variables dependientes “ Operaciones aduaneras” y “ Satisfacción al cliente”. Las cuales fueron se definen de la siguiente manera:

2.2.1 Operacionalización de variables

Variable I: Operaciones aduaneras

Según Coll, P. (2015)

En un mercado globalizado, las operaciones aduaneras junto con las **transacciones financieras** dan origen a los **intercambios de bienes y servicios**, en consecuencia, a esta realidad cotidiana se deben tener presentes el cumplimiento de las **normas legales**. (pág. 55)

Dimensión: Transacciones financieras

Según Obregón, C. (2014)

Son acuerdos entre comprador y vendedor en donde se intercambia un activo. Estas transacciones permiten la **bancarización de operaciones comerciales** a través del **sistema financiero**, utilizando los medios de pago que la ley permite. (pág. 65)

Indicadores:

Bancarización

Según, García, F. (2017) en su artículo:

La bancarización es una de los movimientos más notorios para incorporar financieramente a los habitantes, donde concreta las operaciones a través de medios legales y fiscalizaciones contra la evasión tributaria y otros delitos. (pág.45)

Operaciones comerciales

Según Garzón, J. (2018) en su artículo:

Las operaciones comerciales son los movimientos que ejecuta una compañía dando lugar al reconocimiento de derechos u obligaciones, en donde se integre los presupuestos de ingresos. (pág. 2)

Sistema financiero

Según Uribe, J. (2014) en su artículo:

El sistema financiero es el conjunto de instituciones financieras donde su oficio es canalizar los recursos de quien desee realizar préstamos, invertirlos o realizar financiamientos. (Pág. 5)

DIMENSIÓN

Intercambio de bienes y servicios

Según Canta, A. Casabella, A. (2014) en su artículo:

El intercambio de bienes y servicios se realiza varios territorios. En dicho intercambio varios elementos operativos como el **transporte**, los **seguros internacionales** y los **medios de pago** intervienen y moldean el negocio entre naciones. (pág. 3)

INDICADORES

Transporte

Según Mindur, L. (2016) en su artículo:

El transporte de carga es el que determina que el consciente esté involucrado a los proyectos sumamente estratégicos de la compañía para ajustar sus recursos a las

obligaciones que ésta tenga, además del óptimo periodo desde que la mercancía está dispuesta en los muelles, hasta que el producto sea descargado en el lugar de destino. (pág. 67)

Seguros internacionales

Según Umaña, L. (2014) en su artículo:

Los seguros internacionales en el comercio son una herramienta fundamental para la buena marcha de las compañías, operaciones y pueden clasificarse en función del objeto que se asegura, de la persona que acepta el contrato o de los tipos de riesgos inherentes a las operaciones. (pág. 44)

Medios de pago

Según Mendoza, K.; Araujo, W.; Culquichicon, E. (2015) en su artículo:

Los medios de pago establecido tras un acuerdo comercial entre el importador y exportador obtienen un procedimiento basado en un único documento financiero, acciones de cobro, documentaciones comerciales aduaneros. (pág. 12)

DIMENSIÓN

Normas Legales

Según Coll, P. (2014)

Las normas legales son la base para cumplir con la **autoridad aduanera** para la aplicación de **los regímenes aduaneros** a través de expertos en los trámites aduaneros. (cap. 12)

INDICADORES:

Autoridad Aduanera

Según Otero, C. (2014) en su artículo:

La autoridad aduanera es un control fiscal que las mercancías objeto de comercio deben de cumplir ciertos requisitos de control en el recinto aduanero, sea para la importación o exportación. (Cap. 539)

Regímenes aduaneros

Según Arce, J. (2014) en su artículo:

Los regímenes aduaneros, son aquellos destinados a favorecer actividades económicas a través de mecanismos cuyos efectos se adquieren cuando las mercancías han cumplidos sus obligaciones según el régimen que se trate.(pág. 19)

Trámites aduaneros

Según Cajape, C. (2016) en su artículo:

Los trámites aduaneros es lo que se realiza en el despacho de aduanas para que una mercancía pueda entrar o salir de un territorio, considerando las obligaciones recogidas en cada contrato de compraventa para comprador, vendedor y otros documentos que requiere la aduana. (pág. 35)

Variable II: Satisfacción al cliente

Definición conceptual:

Según Arriaga B. (2014) sostiene que: La satisfacción al cliente es la finalidad primordial de las organizaciones en el caso de suministrar oficios y/o productos que recibe el cliente siendo la satisfacción del consumidor en función a sus **expectativas** y **experiencias de compra** con nosotros como empresas, haciendo que ellos se identifiquen y comparen **eficiencia**, logrando su satisfacción. (p.15)

DIMENSIÓN

EXPECTATIVAS

Las expectativas es lo que presupone el cliente a un **nivel de servicio, desempeño** y acorde con el **posicionamiento del negocio**, además la empresa se debe de encargar de

transmitir **comodidad** en cada compra que realice el consumidor generando satisfacción. El comprador se encontrará satisfecho cuando el producto o servicio iguale o sobrepase las expectativas. Molinillo, S. (2014)

INDICADORES

NIVEL DE SERVICIO

Según Ramón, A. (2014) en su artículo:

El nivel de servicio es un programa a largo plazo y alcanzar los niveles altos de servicio obtiene los primeros resultados después de varios años, cubriendo las expectativas que un cliente espera contar tras una compra. (pág. 4)

DESEMPEÑO

Según Rodríguez, C.; Fernández, M.; Ramírez, R.; Bustos, C. (2018) en su artículo:

El desempeño de servicio es la tolerancia al grado en que los clientes reconocen y están dispuestos a aceptar el desempeño del nivel de las actividades. Además estas medidas pueden involucrar otros indicadores que los clientes consideran como las entregas a tiempo de su producto. (Pág. 13)

POSICIONAMIENTO DEL NEGOCIO

Según Barrón, R. (2018) en su artículo:

El posicionamiento del negocio es muy importante para la compañía a un largo tiempo determinado, que debemos otorgarle cuidado ya que, no se dará de manera instantánea, sino exigirá un enorme esfuerzo y se necesitará por ende una revisión frecuente para obtener el máximo efecto. (pág. 104)

COMODIDAD

Según Cubillo, J.; Gonzales, A. (2014) en su artículo:

La comodidad es el beneficio que los canales de compra proporcionan al comprador, e influye sobre el comportamiento del cliente brindándole todo lo que requiere, considerando la elección del producto, precio y calidad percibida. (pág. 179)

DIMENSIÓN

EXPERIENCIAS DE COMPRA

Es una cuidada constitución de **actividades**, de **servicio** y de **personal orientado** y alineado en agradar al consumidor y logre obtener una experiencia de compra memorable que le permite regresar y **recomendar** a sus aficionados. Gusó, A. (2016)

INDICADORES

ACTIVIDADES

Según Quintero, J. (2017) en su artículo:

Las actividades son un proceso de venta personal que va más allá de una simple entrevista, es una consecución de actividades específicas e individuales que se le brinda a cada tipo de consumidor. Antes de entrar en contacto con el comprador, el vendedor debe planificar y programar las acciones futuras como la de saber la prestación que quiere y actuar dentro del plan de ventas establecido. (pág. 2)

SERVICIO

Según Schwarz, M. (2016) en su artículo:

Es un conjunto de movimientos que faculta que la interacción entre las empresas y las personas que requieran un bien o servicio el cual se fundamente básicamente en el mercadeo, por lo que es necesario que su capacitación debe alinearse con las estrategias de mercado de la organización. (pág. 14)

PERSONAL ORIENTADO

Según León, F.; Morales, O.; Ramos, J.; Goyenechea, A.; Rojas, P.; Meza, J.; Burga, A. (2014) en su artículo:

Un personal abocado es un factor de éxito de una excelente gestión de incidencias que pasan por un buen servicio de atención al cliente, con buena formación técnica y con las competencias adecuadas a todos los niveles de proceso. (pág. 21)

RECOMENDACIONES

Según . (2014) en su artículo:

La recomendación es el agrado de los consumidores con el producto que se le ofrece. Éstas recomendaciones cambiarían comprara o calificara algún nuevo artículo y las recomendaciones se extienden siempre a personas muy cercanas del consumidor aumentando la productividad de la empresa. (pág. 31)

DIMENSIÓN

EFICIENCIA

Vargas, M. (2014) en su artículo:

La eficiencia es la efectividad de los vendedores en donde cada empresa realiza cambios y mejoras que están articulados a las **exigencias** y **demandas** para conseguir el crecimiento organizacional. (pág. 14)

INDICADORES

EXIGENCIAS

Según Salazar, A. (201) en su artículo:

Para cumplir las exigencias del cliente, se tiene que conocer las necesidades y preferencias del producto según los clientes. Una vez definidas las exigencias de los clientes se ponderan en base a su importancia relativa, posteriormente el cliente suele comparar y clasificar los productos y/o servicios de la compañía con los de la competencia para

conocer de ésta forma la posición competitiva que ocupa el producto en el mercado. (pág. 54)

DEMANDAS

Según Días, A (2019) en su artículo:

La demanda es el aumento de compras de un servicio, siendo lo más importante identificar un modelo de negocio realizable, rentable y sostenible. Al identificar el tipo de negocio se debe tener en cuenta factores como si el producto o servicio se puede lanzar al mercado, considerando si pueda tener o no alta demanda, cuanto estarían dispuestos a pagar los futuros consumidores, entre otros aspectos los cuales determinan si el modelo de servicio es válido. (pág. 86)

2.2.2 Matriz de operacionalización
Variable I: Operaciones aduanera

| Variable | Definición conceptual | Definición operacional | Dimensiones | | Indicadores | Items | Escala de medición | |
|--|--|--|--|---|--------------------------------|--|---|--|
| VARIABLE 1: OPERACIONES ADUANERAS | Según Coll, P. (2015) En un mercado globalizado, las operaciones aduaneras junto con las operaciones relacionadas a las transacciones financieras dan origen a los intercambios de bienes y servicios , en consecuencia, a esta realidad cotidiana se deben tener presentes el cumplimiento de las normas legales . (pág. 55) | La variable 1: "Operaciones aduaneras", fue medida por medio de un cuestionario que posee diferentes items, teniendo en cuenta los indicadores para su óptima ejecución. | Transacciones Financieras | Obregón, C. (2014) Son acuerdos entre comprador y vendedor en donde se intercambia un activo. Estas transacciones permiten la bancarización de operaciones comerciales a través del sistema financiero , utilizando los medios de pago que la ley permite. (pág. 65) | Bancarización | ¿Cree Ud. que las normas legales se cumplen plenamente en las transacciones para lograr una operación aduanera correcta? | Según Hernández / Fernández y Baptista (2014). Ordinal. Cuenta con un orden jerárquico (p. 215) Intervalos, Las escalas de actitudes no son intervalos, pero algunos creadores lo poseen porque se aproximan a ésta altitud y se tratan como tal. (p.216) | |
| | | | | | Operaciones comerciales | ¿Cree Ud. que las operaciones comerciales aumentan en los ingresos de la empresa TLI Aduanas? | | |
| | | | | | Sistema financiero | Cree Ud. Que los requisitos que solicita el sistema financiero para solicitar un préstamo son accesibles? | | |
| | | | Intercambio de bienes y servicios | El intercambio de bienes y servicios se realiza varios territorios. En dicho intercambio varios elementos operativos como el transporte , los seguros internacionales y los medios de pago intervienen y moldean el negocio entre naciones. | Transporte | Cree Ud. Que es importante la delimitación de las responsabilidades mediante los incoterms en el tránsito internacional? | | |
| | | | | | Seguros internacionales | Cree Ud. Que es importante asegurar la mercancía importada? | | |
| | | | Normas legales | Coll, P. (2014) Las normas legales son la base para cumplir con la autoridad aduanera para la aplicación de los regímenes aduaneros a través de expertos en los trámites aduaneros . (cáp. 12) | | Medios de pago | | ¿Cree Ud. que es importante el medio de pago para una negociación? |
| | | | | | | Autoridad Aduanera | | ¿Cree Ud. que las medidas de control de la aduana en cuanto al ingreso de mercancías a nuestro país, son suficientes para proteger el bienestar de los consumidores? |
| | | | | | | Regímenes aduaneros | | ¿Cree Ud. De acuerdo con los plazos documentarios establecidos en cada régimen? |
| | | | | | | Trámites aduaneros | | ¿Cree Ud. que para llevar a cabo una operación aduanera óptima es necesaria una adecuada gestión de trámites aduaneros? |
| | | | ¿Cree Ud. que se debe de presentar los documentos solicitados por la aduana a tiempo para gestionar satisfactoriamente la importación? | | | | | |

Variable II: Satisfacción al cliente

| Variable | Definición conceptual | Definición operacional | Dimensiones | | Indicadores | Items | Escala de medición |
|--|--|--|-------------------------------|---|------------------------------------|--|---|
| VARIABLE 2: SATISFACCIÓN AL CLIENTE | Arriaga B. (2014) sostiene que: La satisfacción al cliente es la finalidad primordial de las organizaciones en el caso de ofrecer asistencia que recibe el cliente siendo la satisfacción del consumidor en función a sus expectativas y experiencias de compra con nosotros como empresas, haciendo que ellos se identifiquen y comparen eficiencia , logrando su satisfacción. (p.15) | La variable 1: 'Satisfacción al cliente', fue medida por medio de un cuestionario que posee diferentes items, teniendo en cuenta los indicadores para su óptima ejecución. | Expectativas | Las expectativas es lo que presupone el consumidor a un nivel de servicio, desempeño y acorde con el posicionamiento del negocio , además la compañía se debe de encargar de transmitir comodidad en cada compra que realice el consumidor generando satisfacción. El comprador se encontrará satisfecho cuando el producto o servicio iguale o sobrepase las expectativas. Molinillo, S. (2014) | Nivel de servicio | Considera Ud. Que es importante el nivel de servicio adecuado para optimizar las relaciones con los clientes? | Según Hernández y Baptista (2014). Ordinal. Cuenta con un orden jerárquico (p. 215) Intervalos, Las escalas de actitudes no son intervalos, pero algunos creadores lo poseen porque se aproximan a ésta altitud y se tratan como tal. (p.216) |
| | | | | | Desempeño | Considera Ud. Que el desempeño de servicio cubre las expectativas del cliente? | |
| | | | | | Posicionamiento del negocio | Cree Ud. Que el posicionamiento del negocio sea un factor importante en las expectativas del cliente? | |
| | | | | | Comodidad | Cree Ud. Que la empresa TLI crea satisfacción al cliente en comodidad al realizar sus compras? | |
| | | | Experiencias de compra | La experiencia de compra es un cuidado conjunto de: actividades, servicio y de personal orientado , alineado en agrandar las prestaciones del consumidor y obtener una experiencia de compra memorable que logre regresar por mas y la compañía gane recomendaciones . Gusó, A. (2016) | Actividades | Cree Ud. Que las actividades de la empresa dan al cliente el servicio que ellos necesitan? | |
| | | | | | Servicio | Cree Ud. Que la empresa TLI brinda un buen servicio al cliente? | |
| | | | | | Personal orientado | Cree Ud. Que el personal de la empresa TLI está orientado para satisfacer las experiencias de compra del cliente? | |
| | | | | | Recomendaciones | ¿Cree Ud. que al ser bien calificada la empresa TLI sería un factor importante para brindar siempre un buen servicio? | |
| | | | Eficiencia | La eficiencia es la efectividad de los vendedores en donde cada empresa realiza cambios y mejoras que están articulados a las exigencias y demandas para conseguir el crecimiento organizacional. Vargas, M. (2014) | Exigencias | Cree Ud. Que las exigencias para brindar un buen servicio sea un factor importante en la empresa TLI para crear satisfacción al cliente? | |
| | | | | | Demandas | Cree Ud. Que el aumento de la demanda en la empresa TLI es por el adecuado servicio que brinda, creando satisfacción al cliente? | |

2.3 Población y muestra

2.3.1 Población

Bernal (2016) nos dice que:

Los habitantes son un conjunto en el que constan de elementos ideales para la exploración, además es renombrado como universalmente agrupado de las unidades del muestreo. (p. 161).

En el presente trabajo de exploración los habitantes fue establecida por los trabajadores de la agencia de aduana TLI Aduana S.A con 41 personas que laboran diariamente cubrir con sus funciones laborales en la agencia de aduana.

2.3.2 Unidades de muestreo

Según Baptista, P. (2014) nos dice que:

Las unidades de muestreo es un fragmento de los elementos pertenecientes al conjunto, que cuenta con un sistema por varias peculiaridades que es la población, asumiendo que el mínimo conjunto sea igual al de los habitantes (pág. 175)

De la población general, se eligió 32 elementos o unidades de muestreo que reunían características adecuadas para llevar a cabo la investigación.

2.3.3 Muestra

La muestra utilizada es no probabilístico y según Baptita P. (2014) define:

La alternativa de los componentes no depende de la probabilidad, sino de las causas que son relacionadas con las características de la investigación. (pág. 176)

Para el calcular el modelo, se empleó la siguiente norma:

$$N = \frac{N * Z^2 p * q}{d^2 * (N - 1) + Z^2 p * q}$$

Dónde:

| | | |
|-----|-----------------------------|------|
| | NIVEL DE CONFIABILIDAD | 95% |
| N= | Total unidades de muestreo | 32 |
| Z2= | Valor de distribución | 1.96 |
| P= | Proporción de aceptación | 50% |
| q= | Porcentaje de no aceptación | 50% |
| d= | Margen de error | 5% |

n=30

La fórmula realizada proporcionó el total de muestra para el trabajo de investigación, la cual estuvo conformada por 30 trabajadores de la empresa TLI Aduanas S.A.C

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1 Técnica de recolección de datos

Según Hurtado, Kuznik y Espinal (2010), el formulario es un método práctico y particular que se tiene que realizar durante el tiempo de recaudación de información. (pág. 137)

La técnica utilizada en ésta exploración fue una ENCUESTA, donde se realizaron interrogantes acerca de las operaciones aduaneras y su relación con el agrado de los consumidores en la agencia TLI Aduanas S.A.C

2.4.2 Instrumento de recolección de datos

El instrumento para la recolección de información empleada en la presente exploración, fue un **CUESTIONARIO**, realizado a la muestra para obtener su punto de vista con relación a la exploración.

Fernandez, C.; Salamanca, B.; López, J. (2016) nos dice en su artículo:

Es un conjunto de interrogantes que nos facilitan a conseguir informaciones necesarias con el propósito de alcanzar los objetivos trazados en el presente trabajo de exploración (pág. 250)

El formulario consta de veinte preguntas: 10 preguntas para la variable I “Operaciones aduaneras” y las otras 10 preguntas para la variable II “Satisfacción al cliente”, el formulario estuvo fueron para los sectoristas y gestores del área de importaciones de la empresa TLI Aduanas S.A.C

2.4.3 Validez

Para Hernández et al. (2014), la validez consiste en el porcentaje de medición de la variable que se logre calcular. (p. 200).

El instrumento empleado en la exploración fue sometido a juicio de un experto, de acuerdo a la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo - Filial Callao, el cual fue:

- Dr. Lessner Augusto León Espinoza.
- Mgt. Paucar Llanos Paul Gregorio
- Mgt. Otorola Chávez Maribel Juliana

2.4.4 Confiabilidad

Según Hernández et al. (2014):

La confiabilidad es nivel de similitud que se obtuvo al usarla una y otra vez al mismo ser u fenómeno. (p.200).

| Coefficiente | Relación |
|------------------------|-------------------------|
| 0.00 a +/- 0.20 | Nula confiabilidad |
| 0.70 | Aceptable confiabilidad |
| 0.90 | Elevada confiabilidad |
| 1.00 | Máxima confiabilidad |

El Alfa de Cronbach se vale para demostrar la confiabilidad del instrumento, sometiéndolos a análisis en el SPSS 24, el cual fue ejecutado a la muestra, que fueron recolectados de 30 humanos que trabajan en la compañía TLI Aduanas; siendo en total 20 preguntas.

**TABLA1: ESTADÍSTICO DE FIABILIDAD DE LA VARIABLE I:
OPERACIONES ADUANERAS**

| Estadísticas de fiabilidad | |
|----------------------------|----------------|
| Alfa de Cronbach | N de elementos |
| ,904 | 10 |

| Resumen de procesamiento de casos | | | |
|-----------------------------------|-----------------------|----|-------|
| | | N | % |
| Casos | Válido | 30 | 100,0 |
| | Excluido ^a | 0 | ,0 |
| | Total | 30 | 100,0 |

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

La tabla N^o 1, el estadístico de fiabilidad de la variable I “Operaciones aduaneras” indica un porcentaje muy alto, brindando un valor de 0.904. Por ende, el proporción de fiabilidad del instrumento y de los ítems se estima muy elevado.

**TABLA2: ESTADÍSTICO DE FIABILIDAD DE LA VARIABLE II:
SATISFACCION AL CLIENTE**

| Estadísticas de fiabilidad | |
|----------------------------|----------------|
| Alfa de Cronbach | N de elementos |
| ,980 | 10 |

| Resumen de procesamiento de casos | | | |
|-----------------------------------|-----------------------|----|-------|
| | | N | % |
| Casos | Válido | 30 | 100,0 |
| | Excluido ^a | 0 | ,0 |
| | Total | 30 | 100,0 |

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

La tabla N^a 2, el estadístico de fiabilidad de la variable II “Satisfacción al cliente” indica un porcentaje elevado, brindando un valor de 0,980. Por ende, el proporción de fiabilidad del segundo instrumento y de los ítems se estima muy elevado.

TABLA3: ESTADÍSTICO DE FIABILIDAD DE VARIBALE I Y II

| Estadísticas de fiabilidad | |
|----------------------------|----------------|
| Alfa de Cronbach | N de elementos |
| ,973 | 20 |

| Resumen de procesamiento de casos | | N | % |
|-----------------------------------|-----------------------|----|-------|
| Casos | Válido | 30 | 100,0 |
| | Excluido ^a | 0 | ,0 |
| | Total | 30 | 100,0 |

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

La tabla N^a 3, el estadístico de fiabilidad de ambas variables señala un porcentaje elevado, brindando un valor de 0.973. Por ende, la proporción de fiabilidad del instrumento y de los ítems en general es elevada.

III. RESULTADOS:

3.1 Análisis descriptivo

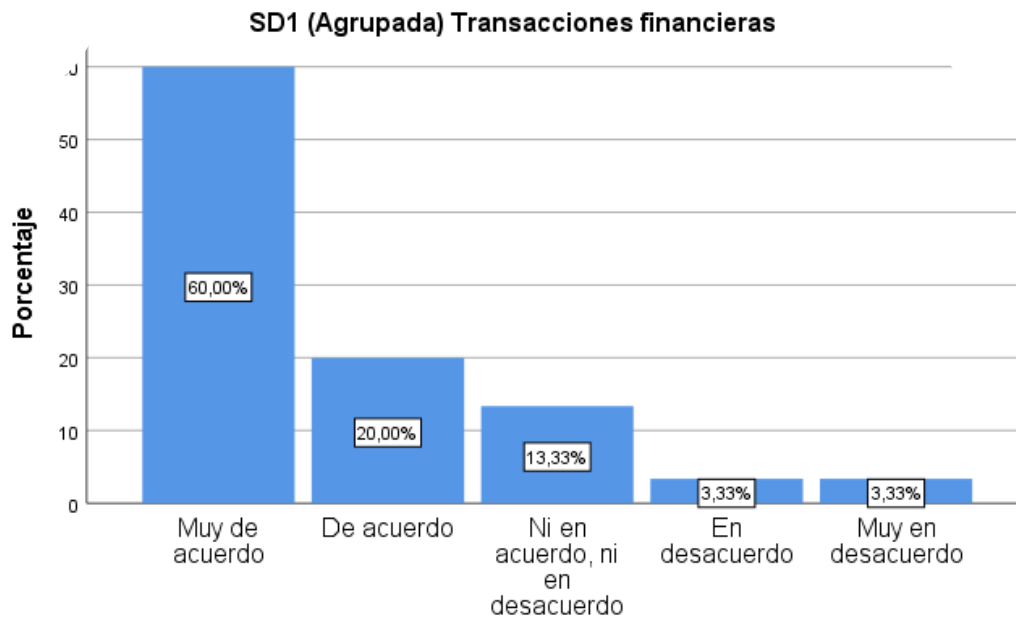
3.1.1. Resultados de dimensiones

VARIABLE I: “OPERACIONES ADUANERAS”

TABLA N° 4: DIMENSIÓN 1 (Agrupada) “Transacciones financieras”

DIMENSIÓN 1: Transacciones financieras

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Muy de acuerdo | 18 | 60,0 | 60,0 | 60,0 |
| | De acuerdo | 6 | 20,0 | 20,0 | 80,0 |
| | Ni en acuerdo, ni en desacuerdo | 4 | 13,3 | 13,3 | 93,3 |
| | En desacuerdo | 1 | 3,3 | 3,3 | 96,7 |
| | Muy en desacuerdo | 1 | 3,3 | 3,3 | 100,0 |
| | Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |



SD1 (Agrupada) Transacciones financieras

EXÉGESIS:

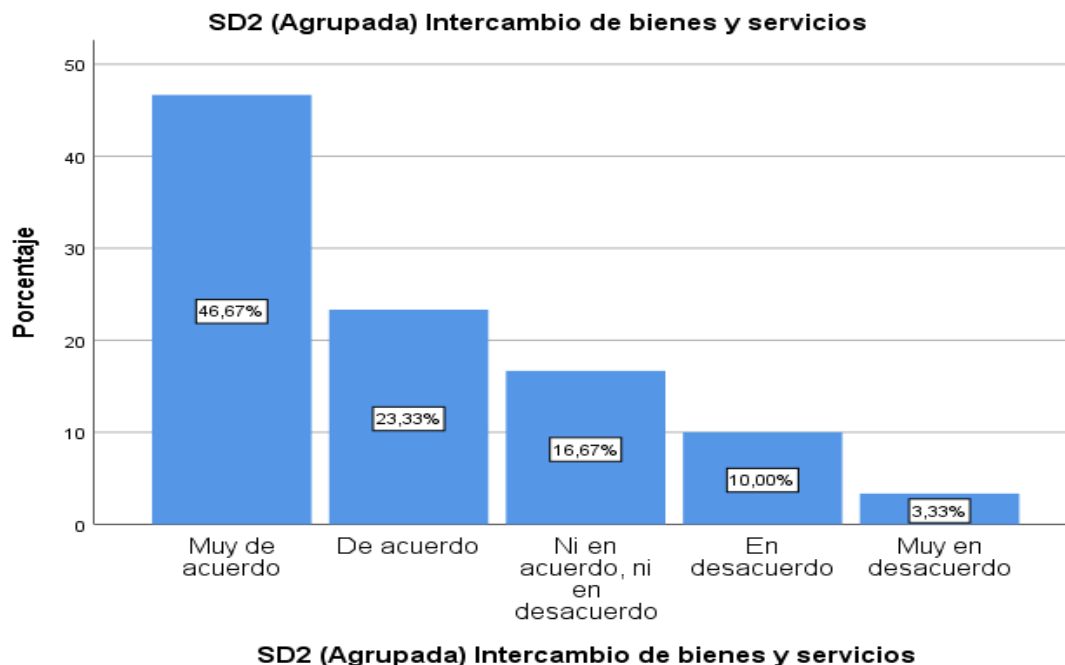
Acorde a la proporción lograda en la figura N^a 4, se concibe que el 60.0 % de la muestra, compuesto por el área de importaciones de la compañía TLI Aduanas S.A.C, expusieron que están muy de acuerdo con respecto a la dimensión indagada. A la vez, se percibe que el

20.0% expusieron que están de acuerdo, por otro lado el 13.33% respondió contestaron que están ni en acuerdo ni en desacuerdo, luego el 3.33 % detallaron encontrarse en desacuerdo y un 3.33 % confirmaron estar muy en desacuerdo con respecto a la dimensión “Transacciones financieras”.

TABLA N° 5: DIMENSIÓN 2 (Agrupada) ‘Intercambio de bienes y servicios’

DIMENSIÓN 2: Intercambio de bienes y servicios

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Muy de acuerdo | 14 | 46,7 | 46,7 | 46,7 |
| De acuerdo | 7 | 23,3 | 23,3 | 70,0 |
| Ni en acuerdo, ni en desacuerdo | 5 | 16,7 | 16,7 | 86,7 |
| En desacuerdo | 3 | 10,0 | 10,0 | 96,7 |
| Muy en desacuerdo | 1 | 3,3 | 3,3 | 100,0 |
| Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |



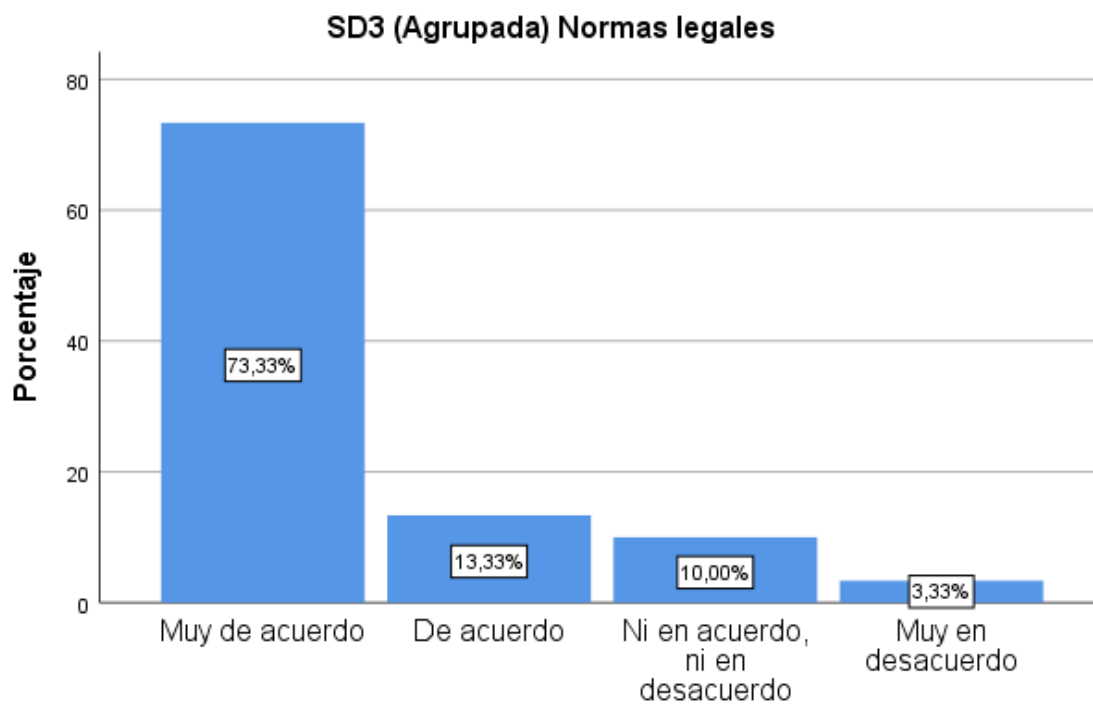
EXÉGESIS:

Acorde a la proporción lograda en la figura N^a 5, se concibe que el 46.67 % de la muestra, compuesto por el área de importaciones de la compañía TLI Aduanas S.A.C expusieron que están muy de acuerdo con respecto a la dimensión explorada. A la vez, se percibe que el 23.33 expusieron que están de acuerdo, por otro lado el 16.67 % contestaron que están ni en acuerdo ni en desacuerdo, luego el 10.0 % detallaron encontrarse en desacuerdo y un 3.33% confirmaron estar muy en desacuerdo hacia la dimensión “Intercambio de bienes y servicios”.

TABLA N° 6: DIMENSIÓN 3 (Agrupada) “Normas legales”

DIMENSIÓN 3: Normas legales

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Muy de acuerdo | 22 | 73,3 | 73,3 | 73,3 |
| | De acuerdo | 4 | 13,3 | 13,3 | 86,7 |
| | Ni en acuerdo, ni en desacuerdo | 3 | 10,0 | 10,0 | 96,7 |
| | Muy en desacuerdo | 1 | 3,3 | 3,3 | 100,0 |
| | Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |



SD3 (Agrupada) Normas legales

EXÉGESIS:

Acorde a la proporción lograda en la figura N° 6, se concibe que el 73.33 % de la muestra, compuesto por el área de importaciones de la compañía TLI Aduanas S.A.C expusieron que están muy de acuerdo con respecto a la dimensión indagada. A la vez, se percibe que el 13.33% expusieron que están de acuerdo, por otro lado el 10.0 % contestaron que están ni en acuerdo ni en desacuerdo, luego el 3.33 % detallaron encontrarse muy en desacuerdo en base a la dimensión “Normas legales”.

Exégesis de la variable I: “OPERACIONES ADUANERAS”

El seguimiento de la estadística descriptiva de la variable I “Operaciones aduaneras”, brindaron tanteos con un grado elevado de aprobación en base a las dimensiones dadas en la exploración.

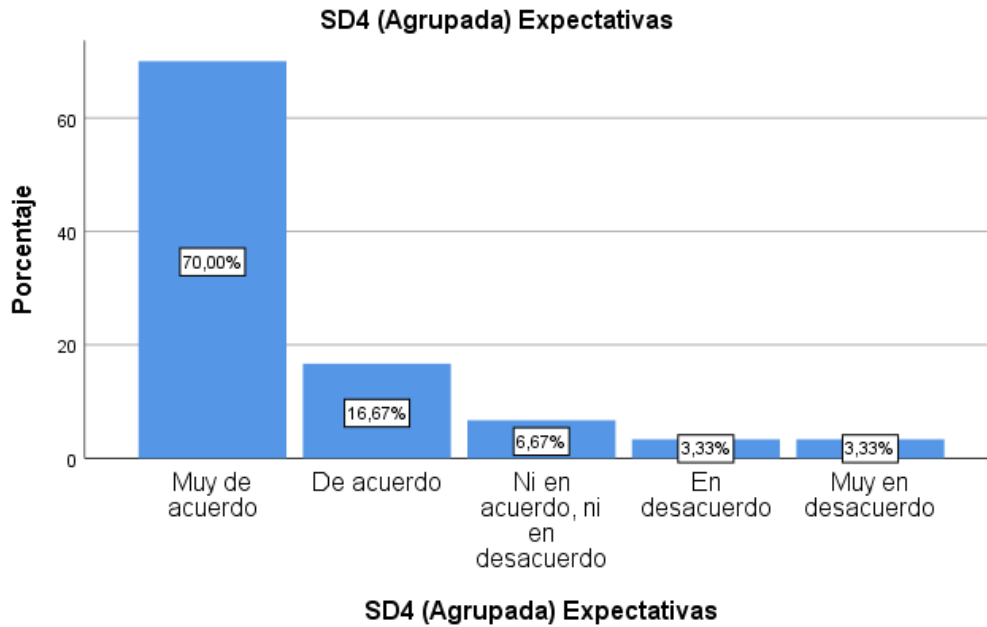
VARIABLE II “SATISFACCIÓN AL CLIENTE”

TABLA N° 7: Dimensión 4 (Agrupada) “Expectativas”

DIMENSIÓN 4: Expectativas

| | | Frecuencia | Porcentaj e | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|------------------------------------|------------|----------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | Muy de acuerdo | 21 | 70,0 | 70,0 | 70,0 |
| | De acuerdo | 5 | 16,7 | 16,7 | 86,7 |
| | Ni en acuerdo, ni en desacuerdo | 2 | 6,7 | 6,7 | 93,3 |
| | En desacuerdo | 1 | 3,3 | 3,3 | 96,7 |
| | Muy en desacuerdo | 1 | 3,3 | 3,3 | 100,0 |

| | | | |
|-------|----|-------|-------|
| Total | 30 | 100,0 | 100,0 |
|-------|----|-------|-------|



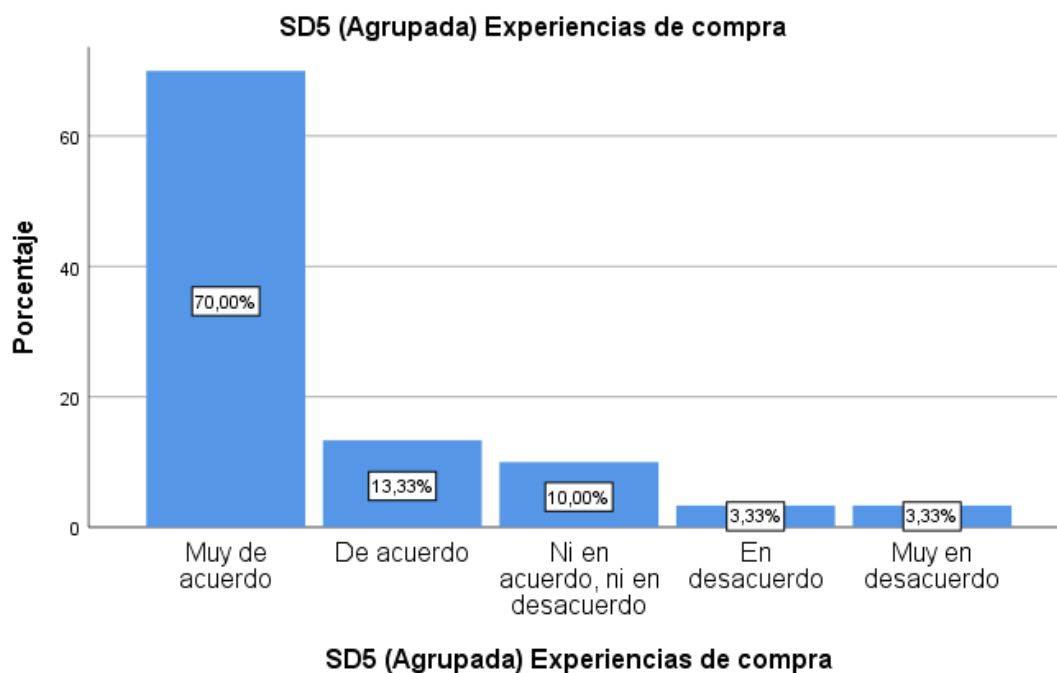
EXÉGESIS:

Acorde a la proporción lograda en la figura N^a 7, se concibe que el 70.0 % de la muestra, compuesto por el área de importaciones de la compañía TLI Aduanas S.A.C expusieron que están muy de acuerdo con respecto a la dimensión indagada A la vez, se percibe que el 16.67 expusieron que están de acuerdo, por otro lado el 6.67% contestaron que están ni en acuerdo ni en desacuerdo, luego el 3.33% detallaron encontrarse en desacuerdo y un 3.33% confirmaron estar muy en desacuerdo en base a la dimensión “Expectativas”.

TABLA N° 8: Dimensión 5 (Agrupada) “Experiencias de compra”

DIMENSIÓN 5: Experiencias de compra

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Muy de acuerdo | 21 | 70,0 | 70,0 | 70,0 |
| | De acuerdo | 4 | 13,3 | 13,3 | 83,3 |
| | Ni en acuerdo, ni en desacuerdo | 3 | 10,0 | 10,0 | 93,3 |
| | En desacuerdo | 1 | 3,3 | 3,3 | 96,7 |
| | Muy en desacuerdo | 1 | 3,3 | 3,3 | 100,0 |
| | Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |



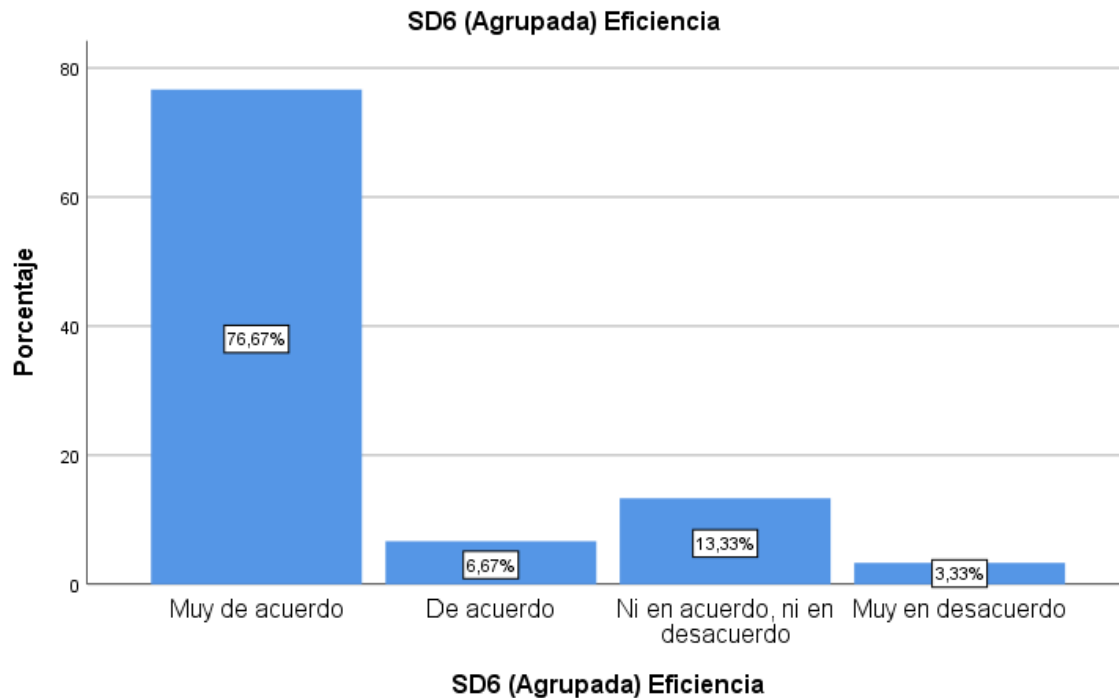
EXÉGESIS:

Acorde a la proporción lograda en la tabla N^a 8, se concibe que el 70.0 % de la muestra, compuesto por el área de importaciones de la compañía TLI Aduanas S.A.C, expusieron que están muy de acuerdo con respecto a la dimensión indagada. A la vez, percibe que el 13.3% están de acuerdo, por otro lado el 10.0% contestaron que están ni en acuerdo ni en desacuerdo, posteriormente el 3.33% respondieron que están en desacuerdo y un 3.33% detallaron que están muy en desacuerdo con respecto a la dimensión “Experiencias de compra”.

TABLA N^a 9: Dimensión 6 (Agrupada) “Eficiencia”

DIMENSIÓN 6: (Agrupada) Eficiencia

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Muy de acuerdo | 23 | 76,7 | 76,7 | 76,7 |
| | De acuerdo | 2 | 6,7 | 6,7 | 83,3 |
| | Ni en acuerdo, ni en desacuerdo | 4 | 13,3 | 13,3 | 96,7 |
| | Muy en desacuerdo | 1 | 3,3 | 3,3 | 100,0 |
| | Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |



EXÉGESIS:

Acorde a la proporción lograda en la tabla N^a 9, se concibe que el 76.67 % de la muestra, compuesto por el área de importaciones de la compañía TLI Aduanas S.A.C, expusieron que están muy de acuerdo con respecto a la dimensión indagada. Asimismo, se percibe que el 6.67% expusieron que están de acuerdo, por otro lado el 13.33 % contestaron que están ni en acuerdo ni en desacuerdo, posteriormente el 3.33 % detallaron que están muy en desacuerdo con respecto a la dimensión “Eficiencia”.

Interpretación de la variable II: “SATISFACCIÓN AL CLIENTE”

El alcance de la estadística descriptiva de la variable II “Satisfacción al cliente”, brindaron tanteos con un grado elevado de aprobación en base a las dimensiones dadas en la exploración.

3.2 ANÁLISIS DE LA PRUEBA DE NORMALIDAD

TABLA N^a 10: PRUEBA DE NORMALIDAD

| | Pruebas de normalidad | | | | | |
|-----|---------------------------------|----|------|--------------|----|------|
| | Kolmogorov-Smirnov ^a | | | Shapiro-Wilk | | |
| | Estadísti co | Gl | Sig. | Estadístico | gl | Sig. |
| SV1 | ,213 | 30 | ,001 | ,806 | 30 | ,000 |
| SV2 | ,253 | 30 | ,000 | ,739 | 30 | ,000 |

a. Corrección de significación de Lilliefors

EXÉGESIS:

La prueba de normalidad de Shapiro - Wilk detalla que las variables tienen una distribución menor al nivel de significancia, en este caso 0.05. Indicándonos que la investigación no tiene una distribución normal.

3.3 PRUEBA DE CORRELACIONES

3.3.1 Hipótesis general:

Para la realización de correlación de variables de estudio, se plantearon las siguientes hipótesis:

Hi: Las operaciones aduaneras se relaciona con la satisfacción al cliente en la empresa TLI Aduanas S.A.C, Lima – 2019

H0: Las operaciones aduaneras no se relaciona con la satisfacción al cliente en la empresa TLI Aduanas S.A.C, Lima – 2019

Considerando:

Sig < 0.05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

Sig > 0.05, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis de investigación.

TABLA N^a 11. Correlación de Spearman de la hipótesis general

| | | | Correlaciones | |
|-----------------|---|----------------------------|--|--|
| | | | SV1 (Agrupada) Operaciones aduaneras | SV2 (Agrupada) Satisfaccion al cliente |
| Rho de Spearman | SV1 (Agrupada) Operaciones aduaneras | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,932** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 30 | 30 |
| | SV2 (Agrupada) Satisfaccion al cliente | Coeficiente de correlación | ,932** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 30 | 30 |

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

EXÉGESIS:

Acorde a lo percibido en el cuadro N^a 14, se declara que la correlación entre la variable I “Operaciones Aduaneras” y la variable II “Satisfacción al cliente” brindó un tanteo de 0,932, demostrando una correlación positiva muy fuerte como lo indica Hernández et al. (2014, p. 305).

Hipótesis específica 1

Hi: Las transacciones financieras se relaciona con la satisfacción del cliente en la empresa TLI aduanas S.A.C – lima, 2019.

H0: Las transacciones financieras no se relaciona con la satisfacción del cliente en la empresa TLI aduanas S.A.C – lima, 2019.

TABLA N^a 12. Correlación de Spearman de la hipótesis específica 1

| | | | SD1 (Agrupada) | SV2 (Agrupada) |
|-----------------|-----------------------------|----------------------------|----------------|-----------------|
| | | | Transacciones | Satisfaccion al |
| | | | financieras | cliente |
| Rho de Spearman | SD1 (Agrupada) | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,935** |
| | Transacciones financieras | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 30 | 30 |
| | SV2 (Agrupada) Satisfaccion | Coeficiente de correlación | ,935** | 1,000 |
| | al cliente | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 30 | 30 |

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

EXÉGESIS:

Acorde a lo percibido en el cuadro N^a 15, se declara que la correlación entre la dimensión 1 “Transacciones financieras” y la variable II “Satisfacción al cliente” brindó un tanteo de 0,935, demostrando una correlación positiva muy fuerte como lo indica Hernández et al. (2014, p. 305).

Hipótesis específica 2

Hi: Los intercambios de bienes y servicios se relaciona con la satisfacción del cliente en la empresa TLI aduanas S.A.C – lima, 2019.

H0: Los intercambios de bienes y servicios no se relaciona con la satisfacción del cliente en la empresa TLI aduanas S.A.C – lima, 2019.

TABLA N^a 13. Correlación de Spearman de la hipótesis específica 2

| | | | Correlaciones | |
|-----------------|---|----------------------------|---|--|
| | | | SD2 (Agrupada) Intercambio de bienes y servicios | SV2 (Agrupada) Satisfaccion al cliente |
| Rho de Spearman | SD2 (Agrupada) Intercambio de bienes y servicios | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,929** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 30 | 30 |
| | SV2 (Agrupada) Satisfaccion al cliente | Coeficiente de correlación | ,929** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 30 | 30 |

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

EXÉGESIS:

Acorde a lo percibido en el cuadro N^a 16, se declara que la correlación entre la dimensión 2 “Intercambio de bienes y servicios” y la variable II “Satisfacción al cliente” brindó un tanteo de 0,929, demostrando una correlación positiva muy fuerte como lo indica Hernández et al. (2014, p. 305).

Hipótesis específica 3

Hi: Las normas legales se relaciona con la satisfacción del cliente en la empresa TLI aduanas S.A.C – lima, 2019.

H0: Las normas legales no se relaciona con la satisfacción del cliente en la empresa TLI aduanas S.A.C – lima, 2019.

TABLA N^a 14. Correlación de Spearman de la hipótesis específica 3

| | | | SD3 (Agrupada) Normas legales | SV2 (Agrupada) Satisfaccion al cliente |
|-----------------|---|----------------------------|----------------------------------|--|
| Rho de Spearman | SD3 (Agrupada) Normas legales | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,945** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 30 | 30 |
| | SV2 (Agrupada) Satisfaccion al cliente | Coeficiente de correlación | ,945** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 30 | 30 |

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

EXÉGESIS:

Acorde a lo percibido en el cuadro N^a 17, se declara que la correlación entre la dimensión 3 “Normas legales” y la variable II “Satisfacción al cliente” brindó un tanteo de 0,945, demostrando una correlación positiva muy fuerte como lo indica Hernández et al. (2014, p. 305).

IV.DISCUSIÓN:

En base al tanteo obtenido en la exploración, se manifiesta:

Discusión – Hipótesis general:

Se planteó como motivo característico estatuir la conexión entre las operaciones aduaneras y la satisfacción al cliente en la compañía TLI aduanas S.A.C – lima, 2019 Se empleó el estadístico inferencial de Spearman, otorgando un tanteo la existencia de una correlación positiva elevada: 93.2 % entre las variables de la indagación y una significancia de 0.000, siendo menor a lo solicitado como límite de 0.05, según Hernández et al. (2014, p. 302). Como efecto se niega la suposición nula y se aprueba la suposición de la exploración. Por ende, señala que si hay una conexión entre las operaciones aduaneras y el agrado de los consumidores de la compañía TLI aduanas S.A.C – Lima, 2019.

Según la exploración de Montesinos, E. (2018) en su indagación nombrada ‘ ‘ Operaciones aduaneras y ventajas competitivas en la empresa Centro de Acopio y Alimentos, El Salvador E.I.R.L, Lima-2018’’. Se contrapone el tanteo por el inferencial de Spearman alcanzando un 0.815, logrando una correlación positiva elevada, con una significancia de 0.000. Se concluyó que, es importante agilizar la gestión de operaciones para obtener mejores ventajas competitivas y poder diferenciarnos con la competencia para conseguir mejores tanteos como beneficio en la compañía.

Se contrastó con éste trabajo ya que se obtuvieron resultados estadísticos similares según la Rho de Spearman aplicada, al mismo tiempo que en el trabajo de investigación se concluyó que si se agiliza las operaciones aduaneras, sin sobrecostos, obtendremos como respuesta la satisfacción al cliente y se verá beneficiada la empresa, elevando su productividad.

Asimismo, Coll, P. (2015) manifiesta que: En un mercado globalizado, las operaciones aduaneras junto con las operaciones relacionadas a las transacciones financieras dan origen a los intercambios de bienes y servicios, en consecuencia, a esta realidad cotidiana se deben tener presentes el cumplimiento de las normas legales. (pág. 55)

En la presente exploración y los tanteos conseguidos mediante el cuestionario hecho a los trabajadores de la compañía TLI aduanas, tal como definió Coll, las operaciones aduaneras

es un grupo de movimientos que se deben de llevar a cabo para lograr una venta de servicio adecuada cumpliendo con la normatividad aduanera.

Discusión - hipótesis específica 1:

Se planteó como motivo característico estatuir la conexión entre las transacciones financieras con la satisfacción del cliente en la compañía TLI aduanas S.A.C – lima, 2019. Se empleó el estadístico inferencial de Spearman, otorgando un tanteo la existencia de una correlación positiva elevada: 93.5 % Entre la dimensión de la variable 1 (Transacciones Financieras) y la variable 2 (Satisfacción al cliente) con una significancia de 0.000 siendo menor a lo solicitado como límite de 0.05, según Hernández et al. (2014, p. 302). Como efecto se niega la suposición nula y se aprueba la suposición de la exploración. . Por ende, señala que si hay una conexión entre las transacciones financieras y el agrado de los consumidores de la compañía TLI aduanas S.A.C – Lima, 2019.

Según la exploración de Yauri, E. (2017) en su indagación nombrada: Decisiones financieras y la rentabilidad de la cooperativa de ahorro y crédito Huancavelica LTDA. N°582-PERIODO 2015. Se contrapone el tanteo por el inferencial de Pearson obteniendo un 70.2 % entre las variables de indagación y una significancia de 0.001, con el tanteo obtenido de ésta indagación consiguiendo un 0.935 y de significancia: 0.000. Demostrando que hay similitud entre las exploraciones descritas según el tanteo estadístico. El escritor finaliza entre ambas investigaciones dados los resultados estadísticos mencionados. El escritor finaliza: Al realizarse las decisiones y transacciones financieras deben de ser con sumo criterio profesional siguiendo todo el procedimiento y normatividad, puesto que se conducirá al éxito o fracaso de la empresa. Por lo que se ha encontrado similitud entre las exploraciones descritas puesto que nos detallan la relevancia en las transacciones financieras que realizadas por empresas para llevar a cabo operaciones adecuadas conllevando al éxito.

Asimismo, Obregón, C. (2014) manifiesta que: Son acuerdos entre comprador y vendedor en donde se intercambia un activo. Estas transacciones permiten la bancarización de operaciones comerciales a través del sistema financiero, utilizando los medios de pago que la ley permite. (pág. 65)

En la presente exploración se detalló a través de los tanteos estadísticos, que es real la similitud con las definiciones de los escritores, brindando base técnica a mi indagación, ya que se infiere que el análisis realizado por los escritores con un elevado nivel de confiabilidad, dando un aporte para deducir como las operaciones aduaneras están condicionadas por las transacciones financieras radicando en las organizaciones.

Discusión - hipótesis específica 2

Se planteó como motivo característico estatuir la conexión entre los intercambios de bienes y servicios con el agrado de los consumidores en la compañía TLI aduanas S.A.C – lima, 2019. Se empleó el estadístico inferencial de Spearman, otorgando un tanteo la existencia de una correlación positiva elevada: 92.9 % Entre la dimensión de la variable 2 (Intercambio de bienes y servicios) y la variable 2 (Satisfacción al cliente) con una significancia de 0.000 siendo menor a lo solicitado como límite de 0.05, según Hernández et al. (2014, p. 302). Como efecto se niega la suposición nula y se aprueba la suposición de la exploración. Por ende, señala que si hay una conexión entre los intercambios de bienes y servicios y el agrado de los consumidores en la compañía TLI aduanas S.A.C – Lima, 2019.

Según la exploración de Córdova, W. (2017) en su indagación nombrada: El Mercosur en la economía nacional caso: incidencia del mercado común del Sur en la balanza comercial de la economía peruana 2004-2015. Se contrapone el tanteo por el inferencial de Spearman obteniendo un 80.3 % entre las variables de estudio y una significancia 0.001, 000 con el tanteo obtenidos de ésta indagación consiguiendo un 0.929 y una significancia de 0.000, demostrando que existe similitud entre las exploraciones descritas según el tanteo estadístico. El escritor finaliza: Son importantes las conexiones de distintos países en los negocios, tradiciones con todo el universo, además del trueque de capital y oficios entre dos países. Por lo que se ha encontrado similitud entre las exploraciones descritas, por lo que se comenta de la importancia de los intercambios de capitales y oficios entre distintas naciones, y por ende, en el crecimiento en la balanza comercial peruana.

Canta, A. Casabella, A. (2014): El trueque de capitales y oficios aplican entres distintas naciones. En el comentado trueque distintos componentes operativos como el transporte, los seguros internacionales y los medios de pago intervienen y moldean el negocio entre naciones. (pág. 3)

En la presente exploración se detalló a través de los tanteos estadísticos, que es real la similitud coincidencia con las definiciones de los autores, brindando base teórica a mi indagación, ya que se infiere que el análisis realizado por los escritores con un elevado nivel de confiabilidad, otorgando un soporte para conocer como el intercambio de bienes y servicios, siendo un intercambio comercial se ven sujetado a la satisfacción del cliente, ya que, son acuerdos o negociaciones realizados para el consumidor.

Discusión - hipótesis específica 3

Se planteó como motivo característico estatuir la conexión entre Las normas legales con la el agrado de los consumidores en la compañía TLI aduanas S.A.C – lima, 2019. Se empleó el estadístico inferencial de Spearman, otorgando un tanteo la existencia de una correlación positiva elevada: 94.5 % Entre la dimensión de la variable 3 (Normas legales) y la variable 2 (Satisfacción al cliente) con una significancia de 0.000, siendo menor a lo solicitado como límite, según Hernández et al. (2014, p. 302). Como efecto se niega la suposición nula y se aprueba la suposición de la exploración. Es decir, señala que si hay una conexión entre las normas legales y la satisfacción al cliente en la compañía TLI aduanas S.A.C – Lima, 2019.

Según la exploración de Chávez, B.; Herrera, A. (2019) en su indagación nombrada: “Conocimiento de leyes aduaneras y la confiscación de mercaderías y medios de transportes en la región San Martín, 2015”. Se contrapone el tanteo por el inferencial de Spearman obteniendo un 84.5 % entre las variables de la exploración y una significancia de 0.000 con el tanteo obtenidos de ésta indagación consiguiendo un 0.945 y una significancia de 0.000 demostrando que existe similitud entre las exploraciones descritas según el tanteo estadístico. El escritor finaliza: Son importantes las normas legales, contar con conocimiento de ello en el entorno aduanero para conllevar una compra internacional dentro de las normativas legales. Por lo que se ha encontrado similitud entre las exploraciones descritas, por lo que se comenta de la relevancia de los las normas legales y su importancia en el entorno aduanero.

Coll, P. (2014) Las normas legales son la base para cumplir con la autoridad aduanera para la aplicación de los regímenes aduaneros a través de expertos en los trámites aduaneros. (cáp. 12)

En la presente exploración se detalló a través de los tanteos estadísticos, que existe coincidencia con las definiciones de los escritores, brindando una base teórico a mi indagación, ya que se infiere que el análisis realizado por los escritores con un elevado nivel de confiabilidad, otorgando un soporte en comprender la importancia de las normas legales comprendiendo las formalidades aduaneras que debe surtir cada uno de los obligados aduaneros, tales como la entrega y/o disposición de la mercadería hacia el consumidor, logrando su agrado.

APORTE PERSONAL

Posteriormente al tanteo obtenido en la exploración, se manifiesta el contraste con las variadas exploraciones y definiciones de distintos escritores, se verificó que ésta indagación tiene estabilidad y veracidad, logrando ser un sustentáculo en próximas exploraciones, que sean alusivos a las operaciones aduaneras y satisfacción al cliente.

Además, las definiciones detalladas en ésta exploración incorporan prototipos del escritor, indicando que las personas que se encuentran en el rubro aduanero deben desarrollarse en manera conjunta de manera eficaz cumpliendo con los tiempos de entrega programado hacia las instalaciones del cliente logrando la satisfacción del mismo, considerando que las operaciones aduaneras son movimientos de tráfico de mercaderías están subyugadas a la autoridad de aduana. Unos escritores señalaron que las intervenciones aduaneras son “actos jurídicos voluntarios, a través de la importación y/ o exportación. Que se deben de considerar diversos aspectos que deben de ir de la mano para conllevar a una compra exitosa y sobre todo cumpliendo con la normatividad aduanera con la finalidad de que ingrese la mercadería al territorio aduanero sin percances y cumpliendo las leyes aduaneras brindando seguridad y satisfacción al cliente.

La presente exploración se integra con nuestro aprendizaje académico. Considerando que es valioso conocer que en el presente se tiene entrada a distintas fuentes de información sobre las operaciones aduaneras que nos brinda una indagación importante, que es necesaria durante la toma de determinaciones que debe de considerar la compañía con la finalidad de restablecer sucesiones aduaneras buscando la permanencia y agrado del consumidor.

V. CONCLUSIONES:

Posteriormente al tanteo obtenido en la exploración, se manifiestan las subsecuentes recapitulaciones:

Primera: Se verificó que las operaciones aduaneras tienen conexión con el agrado del consumidor, porque se consiguieron frutos elevados y logramos una altitud inferior de 0.005 ya que, la herramienta pasó la autenticidad del argumento, mediante un seso de concedores, otorgándonos la solidez del mismo logrando un efecto óptimo para la exploración. Las operaciones aduaneras son muy importantes en función del proceso aduanero para poder facilitar el comercio sin costos adicionales y desempeñando lo que solicite el comprador.

Segunda: Se demostró que las transacciones financieras se relacionan con la satisfacción al cliente, dado los efectos obtenidos en la exploración. Demostrando que las transacciones financieras, según los efectos alcanzados es un factor notorio a considerar: 93.5% en la satisfacción al cliente. Considerando además, que siempre las transacciones financieras permite el desarrollo de toda actividad económica, el cual es importante mantener las referencias que tienen los clientes en cuanto a los servicios que ofrecen las entidades a sus usuarios.

Tercera: Se demostró que los intercambios de bienes y servicios se relacionan con la satisfacción al cliente, dado los efectos obtenidos en la exploración. Afirmando el factor relevante a considerar: 92.9%. Considerando que, a través de los intercambios de bienes y servicios es sólo una de las formas que tiene la gente de obtener un objeto o servicio deseado con fines comerciales, logrando el agrado del consumidor.

Cuarta: Se demostró a cerca de las normas legales tiene una elevada conexión con el agrado del consumidor, dado los efectos obtenidos en la exploración. Corroborando que las normas legales son divisores importantes a considerar en un 94.5 %. Además, de que las normas legales son importantes y las compañías ejecuten los preceptos legales aduaneros, con el designio de brindar oficios en base a condiciones que los consumidores desean, obteniendo su agrado.

VI. RECOMENDACIONES:

Posteriormente al tanteo obtenido en la exploración, se manifiestan las subsecuentes sugerencias para la compañía TLI Aduanas – Lima, 2019.

Primero: Se sugiere a la empresa TLI Aduanas, estudiar, analizar la tecnología informática (TI) con la finalidad de facilitar las operaciones aduaneras terminándose mucho más rápido, catalizando para la reforma de procedimientos ineficientes existentes, puesto que una parte esencial para lograr la automatización de las operaciones aduaneras implica una visión fresca de los métodos que están operando actualmente. Obteniendo como consecuencia la satisfacción del cliente por rapidez, manejo y buen control de sus despachos.

Segundo: Es recomendable que la empresa TLI Aduanas usar al máximo las aplicaciones computarizadas para el proceso en las transacciones financieras con fines comerciales. Además de efectuar una diligencia constante de la conexión mercantil, examinando las transigencias realizado a lo largo de esa conexión que se operen sean compactos con la cognición que tiene el establecimiento sobre el consumidor, movimiento mercantil y el contorno de peligro, fuente de los fondos, con la finalidad de poder brindar y transmitir seguridad en cada movimiento comercial.

Tercero: Es recomendable que la empresa TLI Aduanas pueda mejorar en implementar estrategias de integración, con el objetivo de trocar de intercambiar capital para lograr sus ofertas, sean solicitados por sus clientes frecuentes y potenciales de manera integral, para lo cual es necesario proporcionar siempre un valor agregado, a favor del cliente.

Cuarto: Se sugiere que la compañía TLI Aduanas aliste conocedores que efectúen estudios constantes de asesoría legal aduanero y por que no brindar capacitaciones y/o prestar asesoría legal informando respecto de las normas relacionadas con el quehacer aduanero y transmitírselos al cliente con un fin común, de poder cumplir con las normativas legales.

REFERENCIAS

- Amaya, R. (2018) *Intervención sobre prácticas integrativas en el cluster de logística del atlántico*. Universidad del Norte. Colombia.
- Fajardo, F. (2017) *Calidad de servicio y satisfacción del cliente de los operadores logísticos. Caso Scharff*. Universidad César Vallejo. Perú
- Ricse, K. (2018) *Clima institucional y satisfacción laboral en los docentes de la institución educativa Santa Rosa de Trujillo*. Universidad César Vallejo. Perú
- Moreno, M.; Tamayo, P. (2016) en su art. *Medición y mejora de la satisfacción del cliente interno en instituciones universitarias / Measuring and improving internal customer satisfaction university institutions*.
- Reyes, O. (2015) *Manual de derecho aduanero*.
- Gonzales, R. (2016) *Gestión aduanera y su contribución en el dinamismo comercial de la ciudad de Manta*. Universidad de Guayaquil.
- Sánchez, A. (2017) *Evaluación de calidad de servicio al cliente en el Restaurante Pizza Burger Diner de Gualan, Zacapa*. Universidad Rafael Landívar. España
- Pérez, M. (2014) *Las aduanas y el comercio internacional*. (4.ª ed.) España
- Fernández, T. (2014) *Fuentes y prácticas de derecho internacional*.
- Martínez, M. (2014) *Atención al cliente*. (1.ª ed.) España
- Asuaje, C. (2014) *Derecho aduanero*.
- Coll, P. (2014) *Manual de gestión aduanera*. (2.ª ed.) Barcelona
- Peña, C. (2016) *Manual de transporte para el comercio internacional*. (1.ª ed.)
- Coll, P. (2014) *Regímenes procesos aduaneros*.
- Molinillo, S. (2014) *Distribución comercial aplicada*. (2.ª ed.) Madrid
- Dos Santos, M. (2016) *Calidad y satisfacción*. Universidad de Jaén
- Dalongaro, R. (2014) *La satisfacción del cliente con el supermercado en áreas de frontera*. Universidad Nacional de la Plata. Buenos Aires.
- Hinostroza, J. (2013) *Implantación de una herramienta tecnológica de soporte a la toma de decisiones para el área financiera de grupo Scharff*. Perú

- Montesinos, E. (2018) *Gestión de operaciones y ventajas competitivas en la empresa centro de acopio y alimentos El Salvador E.I.R.L-Lima, 2018*. Universidad Autónoma del Perú.
- Quispe, O.; Maza, W. (2018) *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa G&C Imperial Cargo SRL, Cusco, 2017*. Universidad Peruana Unión.
- Chávez, B.; Herrera, A. (2019) *Conocimiento de leyes aduaneras y la incautación de mercaderías y medios de transportes en la región San Martín*. Universidad Nacional de San Martín -Tarapoto.
- Fernando, G. (2017) *A new index of banking coverage created from georeferenced data, with an application of Argentina*. Universidad Nacional de Córdoba.
- Garzón, J. (2017) *Análisis estratégico de las operaciones comerciales de importación de instrumentos y aparatos para medida o control del caudal, nivel y presión*. Universidad de las fuerzas armadas.
- Uribe, E. (2014) *Sistema financiero no bancario en Colombia*. (vol. 87). Revista del banco de la República número 1045.
- Mindur, L. (2016) *Concept of freight Road-Railing transport in bimodal technology*. (vol.30). The International University of Logistics and Transport in Wroclaw, Poland.
- Umaña, L. (2014) *Seguro de transporte*. Revista Fasecolda.
- Mendoza, K.; Araujo, W. (2017) *Payment methods and their impact on the financial Management of empresa cerveceras peruanas Backus SAA*. Universidad César Vallejo.
- Espinar, M. (2014) *Intervención aduanera e infracción de los derechos de propiedad intelectual: Cuestiones de derecho aplicable*. Calidad de revistas científicas Españolas.
- Arce, J. (2015) *Reseña de algunos regímenes aduaneros especiales usados como estímulo a las exportaciones*.
- Cajape, C. (2015) *Actualización de procesos para el trámite de declaraciones aduaneras anticipadas en el distrito de Guayaquil Marítimo Senae*. Universidad Laica Vicente Rocafuerte. Ecuador.
- Ramón, A. (2014) *Evaluación del nivel de servicio en la autovía Otavalo-Ibarra correspondiente al corredor Norte concesionado Rumichaca Calderón*. Escuela Politécnica del Ejército.
- Barrón, R. (2015) *El posicionamiento, una estrategia de éxito para los negocios*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Quintero, J. (2016) *Implicaciones de comercialización de marcas con promociones*. (Vol. 1)

León, F.; Morales, O. Ramos, J.; Goyenechea, A.; Rojas, P.; Meza, J.; Burga, A. (2017) *Liderazgo orientado a la gente en call center*.

Salazar, A. (2018) *Sobre la exigencia estimativa*. Universidad de los Andes - Colombia.

Cabrera, G.; Luna, R.; Morales, E. (2014) *Guía práctica de operaciones aduaneras dirigida al agente aduanal en los municipios de San Salvador y San Marcos*. Universidad de El Salvador.

Ayala, N.; Hernández, D.; Zúñiga, R. (2015) *Propuesta de una guía de orientación sobre los principales procesos aduanales para facilitar las internaciones, importaciones y exportaciones de bienes en El Salvador*. Universidad de El Salvador.

Lagua, V. (2018) *Procedimientos y gestión aduanera para una importación eficiente en la empresa agrícola Agroquímicos el agricultor*. Universidad regional Autónoma de los Andes.

Jara, K. (2017) *Quality of service and customer satisfaction of the bike shop Trek*. Universidad Autónoma del Perú.

Palacios, J. (2018) *Calidad de servicio y satisfacción al cliente en la empresa Minilabs servicios digitales EIRL*. Universidad César Vallejo. Perú

Uchima, U. (2019) *Methodological Proposal for Measuring the Satisfaction of Mobile Internet Users in Colombia*. Universidad Santo Tomas.

Amitis, M.; Abbas, S. (2017) *Innovation acceptance and customer satisfaction. A survey on tax information systems*. Universidad EAFIT.

Polizer, R. (2014) *Satisfação do cliente na avaliação da assistência de enfermagem*. Directory of Open Access Journals.

Arnaldino, F.; Romao, A. (2019) *Examining the relationship between perceived service quality, satisfaction, and renewal intention in Portuguese fitness centers*. Universitat Autònoma de Barcelona

Alvarado, J. (2018) *Modeling and simulation of customer dissatisfaction, worker unpunctuality and tolerance to delay in make-to-order supply chains measured through customer lifetime value*. Universidad del Rosario

Barra, C.; Farías, A. (2014) *The Effects of Service Quality on Customer Trust and Satisfaction in Internet Banking*. Universidad de Chile.

Gil, E.; Oltra, R. (2014) *Service quality management based on the application of the ITIL standard*. Directory of Open Access Journals

Petnji, L.; Manimon, F. (2019) *Investigating discrepancies between e-services implementing or not ISO 9001: customers' outlook in the backdrop of e-services in Catalonia*. Universitat Internacional de Catalunya.

Saurabh, D. (2014) *A study of guest's expectation and perception of hotel service quality: case of Khajuraho, India*. Universidad de Huelva

Arango, C. (2019) *a simulation model for the management for containers internal transport in a seaport*. Universidad Del Valle.

Guerrera, G. (2014) *Customer Service Quality in Large Supermarkets in Ibagué, Colombia: Analysis through the SERVQUAL Multidimensional Scale*. Universidad Del Valle.

Rodríguez, E y Garza, J. (2014). *Net Promoter Score and its relationship with customer satisfaction and loyalty*. Universidad de la Salle Bajío. México.

ANEXOS

ANEXO: MATRÍZ DE CONSISTENCIA

ANEXO 2: INSTRUMENTO

CUESTIONARIO

Estimado(a) colaborado

Tema: "OPERACIONES ADUANERAS EN EL AREA DE IMPORTACIONES Y LA SATISFACCION DEL CLIENTE EN LA EMPRESA TLI ADUANAS – LIMA, 2019"

A continuación, encontrará una serie de preguntas destinadas a conocer su opinión sobre diversos aspectos

El presente instrumento tiene como objetivo determinar la relación que tiene las operaciones aduaneras y la satisfacción del cliente de la empresa TLI Aduanas-Lima, 2019. Por favor responda todos los siguientes enunciados con veracidad.

Agradeciéndole de antemano su colaboración.

Muchas gracias.

| DATOS ESPECÍFICOS | |
|-------------------|---------------------------------|
| 1 | Muy en desacuerdo |
| 2 | En desacuerdo |
| 3 | Ni en acuerdo, ni en desacuerdo |
| 4 | De acuerdo |
| 5 | Muy de acuerdo |

INSTRUCCIONES:

- Marque con una X la respuesta que crea usted sea la correcta.

| VARIABLE 1: Operaciones aduaneras | | | | | | |
|-----------------------------------|---|---|---|---|---|---|
| | DIMENSIÓN 1: TRANSACCIONES FINANCIERAS | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | ¿Cree Ud. que las normas legales se cumplen plenamente en las transacciones para lograr una operación aduanera correcta? | | | | | |
| 2 | ¿Cree Ud. que las operaciones comerciales aumentan en los ingresos de la empresa TLI Aduanas? | | | | | |
| 3 | ¿Cree Ud. que los requisitos que solicita el sistema financiero para solicitar un préstamo son accesibles? | | | | | |
| | DIMENSIÓN 2: INTERCAMBIO DE BIENES Y SERVICIOS | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4 | ¿Cree Ud. que es importante la delimitación de las responsabilidades mediante los incoterms en el tránsito internacional? | | | | | |
| 5 | ¿Cree Ud. Que es importante asegurar la mercancía importada? | | | | | |
| 6 | ¿Cree Ud. que es importante el medio de pago para una negociación? | | | | | |
| | DIMENSIÓN 3: NORMAS LEGALES | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| | | | | | | |
|--|--|----------|----------|----------|----------|----------|
| 7 | ¿Cree Ud. que las medidas de control de la aduana en cuanto al ingreso de mercancías a nuestro país, son suficientes para proteger el bienestar de los consumidores? | | | | | |
| 8 | ¿Está Ud. de acuerdo con los plazos documentarios establecidos en cada régimen? | | | | | |
| 9 | ¿Cree Ud. que para llevar a cabo una operación aduanera óptima es necesaria una adecuada gestión de trámites aduaneros? | | | | | |
| 10 | ¿Cree Ud. que se debe de presentar los documentos solicitados por la aduana a tiempo para gestionar satisfactoriamente la importación? | | | | | |
| VARIABLE 2: Satisfacción al cliente | | | | | | |
| | DIMENSIÓN 1: EXPECTATIVAS | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 11 | ¿Considera Ud. que es importante el nivel de servicio adecuado para optimizar las relaciones con los clientes? | | | | | |
| 12 | ¿Considera Ud. que el desempeño de servicio cubre las expectativas del cliente? | | | | | |
| 13 | ¿Cree Ud. que el posicionamiento del negocio sea un factor importante en las expectativas del cliente? | | | | | |
| 14 | ¿Cree Ud. que la empresa TLI crea satisfacción al cliente en comodidad al realizar sus compras? | | | | | |
| | DIMENSIÓN 2: EXPERIENCIAS DE COMPRA | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 15 | ¿Cree Ud. que las actividades de la empresa dan al cliente el servicio que ellos necesitan? | | | | | |
| 16 | ¿Cree Ud. que la empresa TLI brinda un buen servicio al cliente? | | | | | |
| 17 | ¿Cree Ud. que el personal de la empresa TLI está orientado para satisfacer las experiencias de compra del cliente? | | | | | |
| 18 | ¿Cree Ud. que al ser bien calificada la empresa TLI sería un factor importante para brindar siempre un buen servicio? | | | | | |
| | DIMENSIÓN 3: EFICIENCIA | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 19 | ¿Cree Ud. que las exigencias para brindar un buen servicio sea un factor importante en la empresa TLI para crear satisfacción al cliente? | | | | | |
| 20 | ¿Cree Ud. que el aumento de la demanda en la empresa TLI es por el adecuado servicio que brinda, creando satisfacción al cliente? | | | | | |

ANEXO 3: VALIDÉZ:

| | | | | | |
|---|--|---|---|---|--|
| <p>Problema General ¿Cómo se relaciona las operaciones aduaneras con la satisfacción del cliente en la empresa TLI Aduanas S.A.C, 2019?</p> <p>Específico ¿Cómo se relaciona las transacciones financieras con la satisfacción del cliente en la empresa TLI aduanas S.A.C– lima, 2019? ¿Cómo se relaciona los intercambios de bienes y servicios con la satisfacción del cliente en la empresa TLI aduanas S.A.C – lima, 2019? ¿Cómo se relaciona las normas legales con la satisfacción del cliente en la empresa TLI aduanas S.A.C – lima, 2019?</p> | <p>Objetivo general Determinar la relación que existe entre las operaciones aduaneras y la satisfacción al cliente en la empresa TLI aduanas S.A.C – lima, 2019.</p> <p>Objetivos específicos - Determinar la relación que existe entre las transacciones financieras con la satisfacción del cliente en la empresa TLI aduanas S.A.C – lima, 2019. -Determinar la relación que existe entre los intercambios de bienes y servicios con la satisfacción del cliente en la empresa TLI aduanas S.A.C – lima, 2019. - Determinar la relación que existe entre Las normas legales con la satisfacción del cliente en la empresa TLI aduanas S.A.C – lima, 2019.</p> | <p>Hipótesis general Las operaciones aduaneras se relaciona positivamente con la satisfacción al cliente e la empresa TLI Aduanas S.A.C, Lima – 2019</p> <p>Hipótesis específicas -Las transacciones financieras se relaciona positivamente con la satisfacción del cliente en la empresa TLI aduanas S.A.C – lima, 2019. -Los intercambios de bienes y servicios se relaciona positivamente con la satisfacción del cliente en la empresa TLI aduanas S.A.C – lima, 2019. -Las normas legales se relaciona positivamente con la satisfacción del cliente en la empresa TLI aduanas S.A.C – lima, 2019.</p> | <p>Variable I Operaciones aduaneras</p> <p>Variable II: Satisfacción al cliente</p> | <p>DIMENSIONES E INDICADORES <u>Transacciones Financieras</u> -Bancarización Operaciones comerciales Sistema financiero <u>Intercambio de bienes y servicios</u> Transporte Seguros internacionales Medios de pago <u>Normas legales</u> Autoridad Aduanera Regímenes aduaneros Trámites aduaneros</p> <p><u>Expectativas</u> Nivel de servicio Desempeño Posicionamiento del negocio Comodidad <u>Experiencias de compra</u> Actividades Servicios Personal orientado Recomendaciones <u>Eficiencia</u> Exigencias Demandas</p> | <p><u>Diseño de la investigación</u> No experimental Transversal <u>Tipo de investigación</u> Aplicada <u>Nivel de investigación</u> Descriptivo – correlacional <u>Población</u> 36 <u>Muestra</u> 30 <u>Técnica de procedimiento</u> o <u>De la información</u> Programa SPSS 24</p> |
|---|--|---|---|---|--|

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE OPERACIONES ADUANERAS

| N° | DIMENSIONES / Items | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|---|--|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| DIMENSIÓN 1: TRANSACCIONES FINANCIERAS | | | | | | | | |
| 1 | ¿Cree Ud. que las normas legales se cumplen plenamente en las transacciones para lograr una operación aduanera correcta? | / | | / | | / | | |
| 2 | ¿Cree Ud. que las operaciones comerciales aumentan en los ingresos de la empresa TU Aduanas? | / | | / | | / | | |
| 3 | ¿Cree Ud. que los requisitos que solicita el sistema financiero para solicitar un préstamo son accesibles? | / | | / | | / | | |
| DIMENSIÓN 2: INTERCAMBIO DE BIENES Y SERVICIOS | | | | | | | | |
| 4 | ¿Cree Ud. que es importante la delimitación de las responsabilidades mediante los incoterms en el tránsito internacional? | / | | / | | / | | |
| 5 | ¿Cree Ud. que es importante asegurar la mercancía importada? | / | | / | | / | | |
| 6 | ¿Cree Ud. que es importante el medio de pago para una negociación? | / | | / | | / | | |
| DIMENSIÓN 3: NORMAS LEGALES | | | | | | | | |
| 7 | ¿Cree Ud. que las medidas de control de la aduana en cuanto al ingreso de mercancías a nuestro país, son suficientes para proteger el bienestar de los consumidores? | / | | / | | / | | |
| 8 | ¿Está Ud. de acuerdo con los plazos documentarios establecidos en cada régimen? | / | | / | | / | | |
| 9 | ¿Cree Ud. que para llevar a cabo una operación aduanera óptima es necesario una adecuada gestión de trámites aduaneros? | / | | / | | / | | |
| 10 | ¿Cree Ud. que se debe de presentar los documentos solicitados por la aduana a tiempo para gestionar satisfactoriamente la importación? | / | | / | | / | | |

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

 Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

 Apellidos y nombres del juez validador, Dr/ Mg: Atardecia Chauz Maribel Solisera DNI: 46103309

 Especialidad del validador: Lic. Administración
20 de 06 del 2019
¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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


 Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE SATISFACCIÓN AL CLIENTE

| Nº | DIMENSIONES / ítems | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|--|--|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| DIMENSIÓN 1: EXPECTATIVAS | | | | | | | | |
| 1 | ¿Considera Ud. que es importante el nivel de servicio adecuado para optimizar las relaciones con los clientes? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 2 | ¿Considera Ud. que el desempeño de servicio cubre las expectativas del cliente? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 3 | ¿Cree Ud. que el posicionamiento del negocio sea un factor importante en las expectativas del cliente? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 4 | ¿Cree Ud. que la empresa TU crea satisfacción al cliente en comodidad al realizar sus compras? | | | | | | | |
| DIMENSIÓN 2: EXPERIENCIAS DE COMPRA | | | | | | | | |
| 5 | ¿Cree Ud. que las actividades de la empresa dan al cliente el servicio que ellos necesitan? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 6 | ¿Cree Ud. que la empresa TU brinda un buen servicio al cliente? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 7 | ¿Cree Ud. que el personal de la empresa TU está orientado para satisfacer las experiencias de compra del cliente? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 8 | ¿Cree Ud. que al ser bien calificada la empresa TU sería un factor importante para brindar siempre un buen servicio? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| DIMENSIÓN 3: EFICIENCIA | | | | | | | | |
| 9 | ¿Cree Ud. que las exigencias para brindar un buen servicio sea un factor importante en la empresa TU para crear satisfacción al cliente? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 10 | ¿Cree Ud. que el aumento de la demanda en la empresa TU es por el adecuado servicio que brinda, creando satisfacción al cliente? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. / Mg. Orlando Chavez Manibell J. DNI: 46103309

Especialidad del validador: Lic. Administraciones

20 de 06 del 2017

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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


Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE OPERACIONES ADUANERAS

| N° | DIMENSIONES / ítems | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|---|--|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| DIMENSIÓN 1: TRANSACCIONES FINANCIERAS | | | | | | | | |
| 1 | ¿Cree Ud. que las normas legales se cumplen plenamente en las transacciones para lograr una operación aduanera correcta? | / | | / | | / | | |
| 2 | ¿Cree Ud. que las operaciones comerciales aumentan en los ingresos de la empresa TU Aduanas? | / | | / | | / | | |
| 3 | ¿Cree Ud. que los requisitos que solicita el sistema financiero para solicitar un préstamo son accesibles? | / | | / | | / | | |
| DIMENSIÓN 2: INTERCAMBIO DE BIENES Y SERVICIOS | | | | | | | | |
| 4 | ¿Cree Ud. que es importante la delimitación de las responsabilidades mediante los Incoterms en el tránsito internacional? | / | | / | | / | | |
| 5 | ¿Cree Ud. que es importante asegurar la mercancía importada? | / | | / | | / | | |
| 6 | ¿Cree Ud. que es importante el medio de pago para una negociación? | / | | / | | / | | |
| DIMENSIÓN 3: NORMAS LEGALES | | | | | | | | |
| 7 | ¿Cree Ud. que las medidas de control de la aduana en cuanto al ingreso de mercancías a nuestro país, son suficientes para proteger el bienestar de los consumidores? | / | | / | | / | | |
| 8 | ¿Está Ud. de acuerdo con los plazos documentarios establecidos en cada régimen? | / | | / | | / | | |
| 9 | ¿Cree Ud. que para llevar a cabo una operación aduanera óptima es necesario una adecuada gestión de trámites aduaneros? | / | | / | | / | | |
| 10 | ¿Cree Ud. que se debe de presentar los documentos solicitados por la aduana a tiempo para gestionar satisfactoriamente la importación? | / | | / | | / | | |

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____


 Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

 Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: PAULINA LLANOS PAUL GARCERANO DNI: 25691179

 Especialidad del validador: ECONOMISTA
20 de Dh del 2019

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

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


 Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE SATISFACCIÓN AL CLIENTE

| N° | DIMENSIONES / ítems | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|--|--|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| DIMENSIÓN 1: EXPECTATIVAS | | | | | | | | |
| 1 | ¿Considera Ud. que es importante el nivel de servicio adecuado para optimizar las relaciones con los clientes? | / | | / | | / | | |
| 2 | ¿Considera Ud. que el desempeño de servicio cubre las expectativas del cliente? | / | | / | | / | | |
| 3 | ¿Cree Ud. que el posicionamiento del negocio sea un factor importante en las expectativas del cliente? | / | | / | | / | | |
| 4 | ¿Cree Ud. que la empresa TU crea satisfacción al cliente en comodidad al realizar sus compras? | / | | / | | / | | |
| DIMENSIÓN 2: EXPERIENCIAS DE COMPRA | | | | | | | | |
| 5 | ¿Cree Ud. que las actividades de la empresa dan al cliente el servicio que ellos necesitan? | / | | / | | / | | |
| 6 | ¿Cree Ud. que la empresa TU brinda un buen servicio al cliente? | / | | / | | / | | |
| 7 | ¿Cree Ud. que el personal de la empresa TU está orientado para satisfacer las experiencias de compra del cliente? | / | | / | | / | | |
| 8 | ¿Cree Ud. que al ser bien calificada la empresa TU sería un factor importante para brindar siempre un buen servicio? | / | | / | | / | | |
| DIMENSIÓN 3: EFICIENCIA | | | | | | | | |
| 9 | ¿Cree Ud. que las exigencias para brindar un buen servicio sea un factor importante en la empresa TU para crear satisfacción al cliente? | / | | / | | / | | |
| 10 | ¿Cree Ud. que el aumento de la demanda en la empresa TU es por el adecuado servicio que brinda, creando satisfacción al cliente? | / | | / | | / | | |

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable []** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**
Apellidos y nombres del juez validador, Dr. / Mg: PAULINA LLAROS PAUL G. **DNI:** 25691179
Especialidad del validador: ECONOMISTA 20 de 06 del 2019
¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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



Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE OPERACIONES ADUANERAS

| Nº | DIMENSIONES / ítems | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|---|--|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| DIMENSIÓN 1: TRANSACCIONES FINANCIERAS | | | | | | | | |
| 1 | ¿Cree Ud. que las normas legales se cumplen plenamente en las transacciones para lograr una operación aduanera correcta? | / | | / | | / | | |
| 2 | ¿Cree Ud. que las operaciones comerciales aumentan en los ingresos de la empresa TU Aduanas? | / | | / | | / | | |
| 3 | ¿Cree Ud. que los requisitos que solicita el sistema financiero para solicitar un préstamo son accesibles? | / | | / | | / | | |
| DIMENSIÓN 2: INTERCAMBIO DE BIENES Y SERVICIOS | | | | | | | | |
| 4 | ¿Cree Ud. que es importante la delimitación de las responsabilidades mediante los Incoterms en el tránsito internacional? | / | | / | | / | | |
| 5 | ¿Cree Ud. que es importante asegurar la mercancía importada? | / | | / | | / | | |
| 6 | ¿Cree Ud. que es importante el medio de pago para una negociación? | / | | / | | / | | |
| DIMENSIÓN 3: NORMAS LEGALES | | | | | | | | |
| 7 | ¿Cree Ud. que las medidas de control de la aduana en cuanto al ingreso de mercancías a nuestro país, son suficientes para proteger el bienestar de los consumidores? | / | | / | | / | | |
| 8 | ¿Está Ud. de acuerdo con los plazos documentarios establecidos en cada régimen? | / | | / | | / | | |
| 9 | ¿Cree Ud. que para llevar a cabo una operación aduanera óptima es necesario una adecuada gestión de trámites aduaneros? | / | | / | | / | | |
| 10 | ¿Cree Ud. que se debe de presentar los documentos solicitados por la aduana a tiempo para gestionar satisfactoriamente la importación? | / | | / | | / | | |

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Dr/ Mg: Leonora Augusto León Espinoza DNI: 07725199
Especialidad del validador: Administración y Economista
¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

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

20 de 06 del 2019


Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE SATISFACCIÓN AL CLIENTE

| Nº | DIMENSIONES / ítems | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|--|---|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| DIMENSIÓN 1: EXPECTATIVAS | | | | | | | | |
| 1 | ¿Considera Ud. que es importante el nivel de servicio adecuado para optimizar las relaciones con los clientes? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 2 | ¿Considera Ud. que el desempeño de servicio cubre las expectativas del cliente? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 3 | ¿Cree Ud. que el posicionamiento del negocio sea un factor importante en las expectativas del cliente? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 4 | ¿Cree Ud. que la empresa TLI crea satisfacción al cliente en comodidad al realizar sus compras? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| DIMENSIÓN 2: EXPERIENCIAS DE COMPRA | | | | | | | | |
| 5 | ¿Cree Ud. que las actividades de la empresa dan al cliente el servicio que ellos necesitan? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 6 | ¿Cree Ud. que la empresa TLI brinda un buen servicio al cliente? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 7 | ¿Cree Ud. que el personal de la empresa TLI está orientado para satisfacer las experiencias de compra del cliente? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 8 | ¿Cree Ud. que al ser bien calificada la empresa TLI sería un factor importante para brindar siempre un buen servicio? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| DIMENSIÓN 3: EFICIENCIA | | | | | | | | |
| 9 | ¿Cree Ud. que las exigencias para brindar un buen servicio sea un factor importante en la empresa TLI para crear satisfacción al cliente? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 10 | ¿Cree Ud. que el aumento de la demanda en la empresa TLI es por el adecuado servicio que brinda, creando satisfacción al cliente? | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

 Opinión de aplicabilidad: **Aplicable []** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

 Apellidos y nombres del juez validador: Dr. / Mg: Warner Augusto León Espinoza DNI: 077.25.199

 Especialidad del validador: Administrador y economista
20.06.19 del 20...19

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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


 Firma del Experto Informante.

ANEXO 1: ILUSTRACIÓN DE VISTA DE DATOS SPSS

Sin título1 [ConjuntoDatos0] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 20 de 20 variables

| | ITEM1 | ITEM2 | ITEM3 | ITEM4 | ITEM5 | ITEM6 | ITEM7 | ITEM8 | ITEM9 | ITEM10 | ITEM11 | ITEM12 | ITEM13 | ITEM14 | ITEM15 | ITEM16 | ITEM17 | ITEM18 | I |
|----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---|
| 1 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 2 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 6 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 7 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 8 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 9 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 10 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 11 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 12 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 13 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 14 | 5 | 4 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 15 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 16 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 17 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 18 | 5 | 4 | 5 | 4 | 1 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 19 | 1 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 20 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 21 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 22 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 23 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 24 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 25 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 26 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 |
| 27 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 |
| 28 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 |
| 29 | 3 | 1 | 4 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 1 | 4 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 |

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

ANEXO 2: ILUSTRACIÓN DE VISTA DE VARIABLES SPSS

*Sin título1 [ConjuntoDatos0] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

| | Nombre | Tipo | Anchura | Decimales | Etiqueta | Valores | Perdidos | Columnas | Alineación | Medida | Rol |
|----|--------|----------|---------|-----------|---|---------------|----------|----------|------------|---------|---------|
| 1 | ITEM1 | Numérico | 6 | 0 | ¿Cree Ud. que las normas legales se cumplen plenamente en las transacciones para lograr una operación a... | {1, TOTALM... | Ninguno | 8 | Centrado | Ordinal | Entrada |
| 2 | ITEM2 | Numérico | 6 | 0 | ¿Cree Ud. que las operaciones comerciales aumentan en los ingresos de la empresa TLI Aduanas? | Ninguno | Ninguno | 8 | Centrado | Ordinal | Entrada |
| 3 | ITEM3 | Numérico | 6 | 0 | ¿Cree Ud. que los requisitos que solicita el sistema financiero para solicitar un préstamo son accesibles? | Ninguno | Ninguno | 8 | Centrado | Ordinal | Entrada |
| 4 | ITEM4 | Numérico | 6 | 0 | ¿Cree Ud. que es importante la delimitación de las responsabilidades mediante los incoterms en el tránsito i... | Ninguno | Ninguno | 8 | Centrado | Ordinal | Entrada |
| 5 | ITEM5 | Numérico | 6 | 0 | ¿Cree Ud. que es importante asegurar la mercancía importada? | Ninguno | Ninguno | 8 | Centrado | Ordinal | Entrada |
| 6 | ITEM6 | Numérico | 6 | 0 | ¿Cree Ud. que es importante el medio de pago para una negociación? | Ninguno | Ninguno | 8 | Centrado | Ordinal | Entrada |
| 7 | ITEM7 | Numérico | 6 | 0 | ¿Cree Ud. que las medidas de control de la aduana en cuanto al ingreso de mercancías a nuestro país, son ... | Ninguno | Ninguno | 8 | Centrado | Ordinal | Entrada |
| 8 | ITEM8 | Numérico | 6 | 0 | ¿Está Ud. de acuerdo con los plazos documentarios establecidos en cada régimen? | Ninguno | Ninguno | 8 | Centrado | Ordinal | Entrada |
| 9 | ITEM9 | Numérico | 6 | 0 | ¿Cree Ud. que para llevar a cabo una operación aduanera óptima es necesaria una adecuada gestión de trá... | Ninguno | Ninguno | 8 | Centrado | Ordinal | Entrada |
| 10 | ITEM10 | Numérico | 6 | 0 | ¿Cree Ud. que se debe de presentar los documentos solicitados por la aduana a tiempo para gestionar satis... | Ninguno | Ninguno | 8 | Centrado | Ordinal | Entrada |
| 11 | ITEM11 | Numérico | 6 | 0 | ¿Considera Ud. que es importante el nivel de servicio adecuado para optimizar las relaciones con los clientes? | Ninguno | Ninguno | 8 | Centrado | Ordinal | Entrada |
| 12 | ITEM12 | Numérico | 6 | 0 | ¿Considera Ud. que el desempeño de servicio cubre las expectativas del cliente? | Ninguno | Ninguno | 8 | Centrado | Ordinal | Entrada |
| 13 | ITEM13 | Numérico | 6 | 0 | ¿Cree Ud. que el posicionamiento del negocio sea un factor importante en las expectativas del cliente? | Ninguno | Ninguno | 8 | Centrado | Ordinal | Entrada |
| 14 | ITEM14 | Numérico | 6 | 0 | ¿Cree Ud. que la empresa TLI crea satisfacción al cliente en comodidad al realizar sus compras? | Ninguno | Ninguno | 8 | Centrado | Ordinal | Entrada |
| 15 | ITEM15 | Numérico | 6 | 0 | ¿Cree Ud. que las actividades de la empresa dan al cliente el servicio que ellos necesitan? | Ninguno | Ninguno | 8 | Centrado | Ordinal | Entrada |
| 16 | ITEM16 | Numérico | 6 | 0 | ¿Cree Ud. que la empresa TLI brinda un buen servicio al cliente? | Ninguno | Ninguno | 8 | Centrado | Ordinal | Entrada |
| 17 | ITEM17 | Numérico | 6 | 0 | ¿Cree Ud. que el personal de la empresa TLI está orientado para satisfacer las experiencias de compra del c... | Ninguno | Ninguno | 8 | Centrado | Ordinal | Entrada |
| 18 | ITEM18 | Numérico | 6 | 0 | ¿Cree Ud. que al ser bien calificada la empresa TLI sería un factor importante para brindar siempre un buen ... | Ninguno | Ninguno | 8 | Centrado | Ordinal | Entrada |
| 19 | ITEM19 | Numérico | 6 | 0 | ¿Cree Ud. que las exigencias para brindar un buen servicio sea un factor importante en la empresa TLI para ... | Ninguno | Ninguno | 8 | Centrado | Ordinal | Entrada |
| 20 | ITEM20 | Numérico | 6 | 0 | ¿Cree Ud. que el aumento de la demanda en la empresa TLI es por el adecuado servicio que brinda, creand... | Ninguno | Ninguno | 8 | Centrado | Ordinal | Entrada |
| 21 | | | | | | | | | | | |
| 22 | | | | | | | | | | | |
| 23 | | | | | | | | | | | |
| 24 | | | | | | | | | | | |
| 25 | | | | | | | | | | | |
| 26 | | | | | | | | | | | |
| 27 | | | | | | | | | | | |
| 28 | | | | | | | | | | | |
| 29 | | | | | | | | | | | |
| 30 | | | | | | | | | | | |
| 31 | | | | | | | | | | | |

Vista de datos **Vista de variables**

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

ANEXO 3: CARTA DE AUTORIZACIÓN



Técnica Logística Integral

Un solo Operador Líder
en Soluciones Logísticas

Señores,

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

Escuela de Negocios

Apreciado,

Yo Walter Raul Salazar Gargurevich , identificado con DNI 05383588, en mi calidad de representante legal de la empresa TLI Aduanas S.A. autorizo a Solange Brenda Villanueva Baldeón, estudiante de la Universidad César Vallejo, a utilizar información confidencial de la empresa para el proyecto de investigación. Como condiciones contractuales, el estudiante se obliga a (1) no divulgar ni usar para fines personales la información (documentos, expedientes, escritos, artículos, contratos, estados de cuenta y demás materiales) que, con objeto de la relación de trabajo, le fue suministrada; (2) no proporcionar a terceras personas, verbalmente o por escrito, directa o indirectamente, información alguna de las actividades y/o procesos de cualquier clase que fuesen observadas en la empresa durante la duración del proyecto y (3) no utilizar completa o parcialmente ninguno de los productos (documentos, metodología, procesos y demás) relacionado con el proyecto. El estudiante asume que toda la información y el resultado del proyecto serán de uso exclusivamente académico.

El material suministrado por la empresa será la base para la construcción de un estudio de caso. La información y resultado que se obtenga del mismo podrán llegar a convertirse en una herramienta didáctica que apoye a la formación de los estudiantes de la Escuela de Negocios.

En caso de alguna (s)de las condiciones anteriores sean infringidas, el estudiante queda sujeto a la responsabilidad civil por los daños y perjuicios que cause a TLI Aduanas S.A, así como a las sanciones de carácter penal o legal a que hiciere acreedor.

Respectuosamente,

TLI ADUANAS S.A.
WALTER RAUL SALAZAR GARGUREVICH
REPRESENTANTE LEGAL
D.O.C. N° 84-880



www.tli.com.pe

Central Telefónica:
613-6100 anexo 190
Directo Comercial:
613-6101
e-mail: comercial@tli.com.pe