



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS

INTERNACIONALES

**Relación del Proceso de Importación para incrementar la
Satisfacción de los Clientes de la Agencia Blog Aduanas S.A.C,
Callao 2020**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

AUTOR:

Morales Huayta, Nick Anderson (ORCID: 0000-0002-0737-7412)

ASESOR:

Mgr. Pasache Ramos, Maximo Fidel (ORCID: 0000-0003-1005-0848)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

LIMA – PERÚ

2021

DEDICATORIA

En primer lugar, dedicado a Dios, por brindarme las fuerzas suficientes para poder seguir adelante.

A mis padres Giovanni y Elena que con sus consejos me guiaron en toda mi carrera profesional, a mis hermanos

Giovanni y Leonardo, para demostrarles que si te propones algo en la vida lo puedes lograr.

A mi pareja que siempre estuvo conmigo apoyándome en todo lo que se encontraba a su alcance, brindándome su amor y tiempo.

A mis abuelos que siempre estuvieron pendientes de cómo iba en mi carrera y siempre aconsejándome que cada obstáculo que se atravesara en mi camino tenía que superarlo.

Nick.

AGRADECIMIENTO

A las personas que contribuyeron con sus valiosas sugerencias, críticas constructivas e intelectuales para cristalizar la presente tesis.

Al asesor de tesis Mgtr. Pasache Ramos, Máximo Fidel por su experiencia científica en la concreción de la Tesis.

A la Dra. Michca Maguiña, Mary Hellen Mariela y al Dr. Márquez Caro, Fernando Luis que intervinieron con la validación de mi instrumento.

A todos ellos, infinitas gracias.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	iv
ÍNDICE DE TABLAS	v
ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	7
III. METODOLOGÍA	16
3.1 Tipo y diseño de investigación.....	16
3.2 Variables y operacionalización.....	16
3.3 Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis.....	18
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	19
3.5 Procedimientos.....	21
3.6 Método de análisis de datos.....	22
3.7 Aspectos éticos.....	22
IV. RESULTADOS	23
V. DISCUSIÓN	31
VI. CONCLUSIONES	35
VII. RECOMENDACIONES	37
REFERENCIAS	39
ANEXO	43

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: EXPERTOS DE LA MATERIA	28
TABLA 2: PRUEBA PILOTO: ALFA DE CRONBACH DE LA VARIABLE 1 Y 2	29
TABLA 3: ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LA VARIABLE 1	31
TABLA 4: ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LA VARIABLE 2	32
TABLA 5: RHO DE SPEARMAN DE LA VARIABLE 1 Y 2	34
TABLA 6: RHO DE SPEARMAN DE LA VARIABLE 1 Y DIMENSIÓN 1 DE LA V2	35
TABLA 7: RHO DE SPEARMAN DE LA VARIABLE 1 Y DIMENSIÓN 2 DE LA V2	36
TABLA 8: RHO DE SPEARMAN DE LA VARIABLE 1 Y DIMENSIÓN 3 DE LA V2	37

ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS

GRÁFICO 1: ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LA VARIABLE 1	31
GRÁFICO 2: ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LA VARIABLE 2	33

RESUMEN

El presente estudio titulado “Relación del Proceso de Importación para incrementar la Satisfacción de los Clientes de la Agencia Blog Aduanas S.A.C, Callao 2020” tiene como objetivo determinar la relación del proceso operativo de importación y su influencia en la satisfacción de los clientes de la Agencia Blog Aduanas S.A.C., Callao 2020.

Asimismo, la presente investigación es de tipo aplicada, con enfoque cuantitativa, de diseño no experimental – correlacional. Además, tuvo una población de 79 clientes y una muestra de 21 clientes conformada por las empresas importadoras que solicitaron el servicio de la agencia de aduana. Se utilizó la encuesta como técnica de recolección de datos y el instrumento que se aplicó fue el cuestionario, el cual fue elaborado según las variables estudiadas.

Finalmente, los resultados demostraron que si existe relación (Valor de Sig. $0,000 < 0,05$) entre el proceso operativo de importación y la satisfacción de los clientes de la Agencia Blog Aduanas S.A.C, Callao 2020, evidenciando que si hay una correlación positiva alta (Coef. Correlación = 0,949) entre ambas variables. Por lo que se concluye que, si se realiza una buena cotización y creación de orden de servicio, valoración y clasificación de mercancías, liquidación de derechos y tributarios, y archivo del despacho aduanero se tendrá como resultado a un cliente satisfecho, el cual recibe un servicio de buena calidad, óptimo y que cumple con todas sus expectativas y necesidades.

Palabras claves: Proceso operativo, satisfacción, cliente y aduana.

ABSTRACT

The present study entitled "Relationship of the Import Process to increase Customer Satisfaction of the Agency Blog Aduanas SAC, Callao 2020" aims to determine the relationship of the import operational process and its influence on the satisfaction of the Agency's clients Blog Aduanas SAC, Callao 2020.

Likewise, this research is of an applied type, with a quantitative approach, of a non-experimental-correlational design. In addition, it had a population of 79 clients and a sample of 21 clients made up of importing companies that requested the service of the customs agency. The survey was used as a data collection technique and the instrument that was applied was the questionnaire, which was prepared according to the variables studied.

Finally, the results showed that if there is a relationship (Value of Sig. 0.000 <0.05) between the import operational process and the satisfaction of the clients of the Agency Blog Aduanas SAC, Callao 2020, showing that there is a high positive correlation (Correlation Coeff = 0.949) between both variables. Therefore, it is concluded that, if a good quotation and creation of a service order, valuation and classification of merchandise, liquidation of duties and taxes, and customs clearance file is made, the result will be a satisfied customer, who receives a good quality, optimal service that meets all your expectations and needs.

Keywords: Operational process, satisfaction, customer and custom

I. INTRODUCCIÓN

El comercio exterior es la forma donde los países puedan brindar o acceder sus bienes y servicios para la compra y venta donde se realizan fuera de las fronteras geográficas de un país, por lo cual se encuentra sujetas a normas tanto en control de productos, como procedimientos y tributación. Por consiguiente, siempre vemos falencias en los procesos operativos de importación, en donde se perjudican los importadores, ya que les genera gastos que no están previsto para su inversión. La apertura comercial de nuevos elementos al país en los últimos años permite mejorar las organizaciones de operaciones entre los comerciantes externos para así no tener problemas con las aduanas con el ingreso. Según BCRP (2020) se muestra que el Perú en el año 2019 alcanzó un valor FOB 41.074,00 millones de US\$ en importaciones, donde nos ubicamos en el puesto 31 de 191 países. Teniendo un crecimiento encima del 2011 que obtuvo un valor FOB 37.151,00 millones de US\$.

A nivel nacional los importadores o exportadores siempre han tenido problemas o deficiencias en aduanas, por eso conllevan o recurren a una agencia de aduanas, según López (2017) dice que las agencias de aduanas y los agentes de aduanas son los responsables, y son los que representan al cliente frente a los fiscales aduaneros, las cuales las leyes de aduanas dan por obligación que las agencias de aduanas tengan toda la responsabilidad de las documentación que presentaran a los fiscalizadores de aduanas. (p.8). Las agencias de aduanas están capacitadas para hacer un buen manejo adecuado y correcto de los

procesos operativos, en lo que genera que un agente de aduanas que es capacitado, y tomar la autorización operativa que por medio de la agencia que le brinda respaldo pueda hacer los todos los tramites en desaduanaje para el previo, aforo o retiró de contenedores en los almacenes aduaneros.

A nivel local, encontramos que las agencias de aduanas están ubicadas cercas a los puertos de embarque, según SUNAT hay un total de 308 empresa de agencias de aduanas en el callao, el cual desempeñan el papel de procesos operativos dependiendo del régimen declarado. Gracias a la ubicación de donde se encuentras las agencias de aduanas, pueden agilizar con mayor satisfacción los procesos operativos para lo cual los clientes puedan tener su mercadería en el tiempo brindado, pero hay falencias actuales con el tema de la pandemia y ha causado falta de comunicación tanto con el cliente como con el transporte y las demoras en los almacenes. Actualmente podemos visualizar por el portal de la SUNAT un total de 937 agencias de aduanas habilitadas en diferentes puntos del país. La pandemia ha traído consigo problemas en el proceso operativo y en la cual los almacenes también tienen toda la responsabilidad de las falencias, pero ha agrandado la falencia, en la cual vemos que los clientes se encuentran insatisfechos, ya que por estos motivos les genera gastos innecesarios para el importador, y así también las agencias de aduanas se ven obligados a ocultar cosas, por ende podemos observar que hay una mala coordinación tanto con el transporte como con el importador a la hora de llegada su mercadería a su local, ya que no se da en el tiempo previsto. El Diario del Exportador da como respecto al despacho aduanero de importación se encuentran una mala gestión, la cual podemos apreciar en los procesos operativos; que llegan a ocurren

serios problemas de retraso, por lo cual termina generando gastos extras que afectan el costo y tiempo previsto por el importador por la pandemia que está afectando a todos los países. La Agencia Blog Aduanas, busca que sus clientes tengan un grado de satisfacción aceptable y puedan seguir confiando en ellos, así otras empresas le cotizan en menos, el importador siempre confiara en ellos y se convertirá en un cliente confiable. Según Vavra, la satisfacción del cliente define como la experiencia que tiene cada persona después de haber adquirido un producto o servicio, así mismo puede percibir y evaluar. (p. 25)

La manera como está llevando la aduana el proceso operativo no es óptima y adecuada posible, la cual genera falencias afectando al cliente, la falta de rapidez de las agencias navieras con el aviso de llegada de la carga, poco tiempo de numeración y puedan generar el levante, lo cual los clientes llegan a desesperarse por no estar informados, ya que es muy importante el tiempo de atención y comunicación con el cliente. La cual también, identificamos faltan de coordinación interna para poder mejorar los procedimientos, lo cual generaremos sobrecostos y malestar a los clientes. Por ende, se está realizando el trabajo de investigación en la empresa Blog Aduanas S.A.C para poder adquirir la conformidad de los clientes con los servicios brindados, y así también poder saber en qué están fallando y pueda buscar una solución, y brindarles una impecable, adecuada y eficaz servicio de importación.

Problema General;

¿Cuál ha sido la relación del Proceso de Importación para incrementar la Satisfacción de los Clientes de la Agencia Blog Aduanas S.A.C., Callao 2020?

Problemas Específicos;

¿Cuál ha sido la relación del proceso operativo de importación con los elementos que conforman la satisfacción de los clientes de la Agencia Blog Aduanas S.A.C., Callao 2020?

¿Cuál ha sido la relación del proceso operativo de importación con los estados de la satisfacción de los clientes de la Agencia Blog Aduanas S.A.C., Callao 2020?

¿Cuál ha sido la relación del proceso operativo de importación con las necesidades de los clientes de la Agencia Blog Aduanas S.A.C., Callao 2020?

En la justificación del estudio, en el aspecto metodológico, lo que se pretende al realizar esta investigación es aportar en la mejora de la comercialización (bienes y servicios) en que surgirán los conceptos dados de proceso operativo agilizando las documentaciones y así conseguir la satisfacción de los clientes. Por otro lado también, este proyecto permitirá a las empresas como a los importadores a tener una noción más clara de los conceptos e ideas que manejan los procesos operativos a la hora de realizar la documentación, así como dar lugar a la importancia de estudiar los procesos logísticos y estrategias logísticas que deben desarrollarse de manera correcta para hacer frente a la competencia y satisfacer la demanda del producto, como al cliente final. En la justificación práctica refiere que la empresa se

beneficie con el estudio, por lo cual se conocerá las falencias que suceden en un proceso operativo y como esto influya en el cliente puedan estar satisfechos con los servicios brindados.

Objetivo General:

Determinar la relación del proceso operativo de importación y su influencia en la satisfacción de los clientes de la Agencia Blog Aduanas S.A.C., Callao 2020.

Objetivos Específicos:

Determinar la relación del proceso operativo de importación con los elementos que conforman la satisfacción de los clientes de la Agencia Blog Aduanas S.A.C., Callao 2020.

Determinar la relación del proceso operativo de importación con los estados de la satisfacción de los clientes de la Agencia Blog Aduanas S.A.C., Callao 2020.

Determinar la relación del proceso operativo de importación con las necesidades de los clientes de la Agencia Blog Aduanas S.A.C., Callao 2020.

Hipótesis General:

Existe relación entre el Proceso de Importación y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia Blog Aduanas S.A.C., Callao 2020.

Hipótesis Específica:

Existe relación entre el proceso operativo de importación y los elementos que conforman la satisfacción de los clientes de la Agencia Blog Aduanas S.A.C., Callao 2020.

Existe relación entre el proceso operativo de importación y los estados de la satisfacción de los clientes de la Agencia Blog Aduanas S.A.C., Callao 2020.

Existe relación entre el proceso operativo de importación y las necesidades de los clientes de la Agencia Blog Aduanas S.A.C., Callao 2020.

II. MARCO TEÓRICO

Quispe (2019) en su tesis titulada **“Proceso operativo de importación y satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Monte Sion S.A.C., Callao 2019”** realizada, universidad cesar vallejo. Tiene como objetivo determinar la relación del proceso operativo de importación con la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Monte Sion S.A.C., Callao 2019. En su metodología, fue una investigación aplicada, cuantitativa, diseño no experimental – correlacional. Se obtuvo como población de 123 importadores y muestra de 31 importadores, que solicitaron el servicio de la empresa de agencia de aduanas en el mes de Julio de 2019. Se utilizó una recolección de datos y de instrumento fue el cuestionario. Respecto a los resultados demostraron que si existe relación de ambas variables y que las evidencias demuestran una alta correlación positiva. En conclusión, las agencias de aduanas brindan un servicio de los procesos operativos de importación tendremos como resultado final un cliente satisfecho y a corto plazo y con referencias positivas tendremos más clientes a nuestros servicios.

Maguiña (2016) en su tesis titulada **“Mejora en el proceso operativo del área de atención al cliente, aplicando el sistema tracking, en la empresa airocean cargo s.a.c”** realizada en la universidad peruana de ciencias aplicadas. Tiene como aséptico implementar el utensilio tracking la cual otorgará efectividad al área de espera al cliente y permitirá timonear documentación dentro de la corporación. Todavía, ayudará a mejorar la especie de servicio, proporcionará documentación al usuario final de sus embarques en legislatura real; trascendental divergencia que refleja alce otras empresas. El sistema tracking tiene una óptica a la cumplimentación de un aplicativo de ingreso al tracking

a través del celular de los clientes, facilitándoles un usuario y contraseña. La exploración se justifica porque consideramos que la implementación de este utensilio, ayudará a los operadores de almacén exterior avivar el proceso de sus actividades, dado que cuenta con decisión añadido comparado al sistema de rastreo de segunda mano actualmente. Es fundamental cascar que en el mercado no existe un aparato de tracking completa como demostraremos más avance. Sabemos que nos enfrentaremos a la lucha de determinar al individual enlazado que llene las expectativas, necesidades y requerimientos. En resumen, creemos que los supuestos planteados no son obstáculos para concretar un repertorio de acciones que puede haber resultados positivos en una fase de bastante plazo, utilizaremos las herramientas ya existentes en la corporación para poder solucionarlo y también las dificultades que se han presentado hasta la época no han generado un desasosiego que desencadene otros problemas mayores.

Calderón (2017) en su tesis titulada ***“Manual de Procesos Logísticos de las Importaciones de Global Support Group S.A.”*** realizada Universidad Santander UDES. Tiene como ecuánime el logro del prontuario de procesos logísticos de las importaciones, que establece los lineamientos para el debido desempeño del área de autoridad de operaciones; debido a la equivocación y desactualización de los procesos detallados de la misma, se planteó el cumplimiento de expresión vademécum para ser un relativo de documentación para las personas que tengan afinidad con el cambio de la argolla de importaciones, permitiendo mejoras en la rutina y noción de las funciones. En su metodología este proyecto es de variedad expresivo, al especificarse los procesos metódicos de operación de la organización en el que se evidenciaron 29 procesos y 4 autores que

intervienen en el recurso de negocio, documentando cada proceso con su respectivo formato haciendo más pragmático dichos procesos para los usuarios del manual, y aportando mejoras en cojín de la incumbencia regional de la compañía, siendo una lazarillo y regulador de procesos claros y específicos. Se concluyó, un compendio es una herramienta y/o mecanismo de consulta permanente que resuelve dudas de los procesos, sirviendo como utensilio de perpetuo capacitación y colchoneta de información, permitiendo así, una petición más exitoso y ágil, siendo interesante para los cargos correspondientes y teniendo filo en la forma de realizar las tareas de su facultad.

Ugaz (2018) en su tesis titulada **“Relación de la calidad de servicio logístico, satisfacción y la lealtad del cliente a los agentes de carga marítimo puerto callao 2018 – telefonía celular”** realizada en la universidad San Ignacio de Loyola. Tuvo como objetivo determinar la influencia que hay entre la calidad de servicio logístico con la satisfacción y lealtad en las empresas importadoras del puerto del Callao 2018. En su metodología tuvo como diseño no experimental y tipo descriptiva, correlacional, explicativa. En conclusión, con los resultados obtenidos con la investigación se observó un resultado positivo (80%) que eran clientes muy satisfechos con el servicio de agencia de carga, sin embargo, hubo un 20% de clientes que quedaron insatisfechos, gracias a estos resultados la empresa DE CARGA puedo saber en cual está fallando y puedan mejorarlo para el ego de la empresa y más clientes puedan recurrir con sus servicios.

García (2018) en su tesis titulada **“Propuesta de modelo de gestión integral para la mejora de competitividad en las agencias de aduana”** realizada Universidad Ricardo Palma. Tuvo como objetivo enfocarse en las agencias de aduana y como tener una mejora en la

rentabilidad. En su metodología tuvo como método inductivo, con un diseño no experimental. Se observó cuáles eran las necesidades de las agencias sin horas extras laborales, la población obtenida serán todas las agencias de aduanas que están situadas en la provincia del Callao con un total 318, la muestra obtenida es de 30 agencias, lo cual fueron seleccionados aleatoriamente. En conclusión, el rediseño ayudo a encontrar las falencias que tienes a las agencias de aduanas en sus interiores, como falta de capacitación por falta de recursos, mal desempeño, computadoras desactualizadas y con sistemas antiguas, y por ende este estudio ayudara a las agencias a estar más preparados para cualquier circunstancia y estar siempre capacitando a sus trabajadores para un buen desempeño laboral y sean competitivos en el mercado.

Modesto (2018) en su tesis titulado ***“Calidad se servicio y su relación con la satisfacción de los clientes de la empresa de transporte terrestre de pasajeros GM internacional S.A.C – Huánuco”*** realizada Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Tuvo como objetivo determinar la relación de la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa de transporte terrestre de pasajeros GM Internacional S.A.C – Huánuco. En su metodología cuantitativa, con diseño descriptivo – correlacional. Tuvo como muestra 282 clientes, para relacionar las nuevas necesidades. Se concluyó, que existe relación en factores de mejorar la calidad del servicio, para que los trabajadores tengan buen trato hacia sus clientes con una buena atención y queden conforme con sus servicios brindado de parte de la empresa GM Internacional S.A.C.

Quintero y Sotomayor (2018) en su artículo titulado ***“Propuesta de mejora del proceso logístico de la empresa Tramacoexpress***

Cia.LTDA del Cantón Duran”, se analizó los inconvenientes que presenta la aérea de logística que influyen en la satisfacción de los clientes. El objetivo principal es desarrollar una propuesta de mejora del proceso logístico de la empresa Tramacoexpress Cia.Ltda del cantón Duran. Tuvo de diseño descriptivo. En conclusión, realizar constantes capacitaciones a los trabajadores de la aérea logística, podremos ver resultados positivos y clientes satisfechos con la buena atención y sus inconvenientes con sus cargas a la hora de control de calidad y control en el equipo de trabajo.

Chaverra (2016) en su artículo titulado **“Los procesos de importación en Colombia: Barreras y Retos. Un estudio de caso”**, busca identificar a las empresas Pymes que presentan problemas de barreras en Colombia, en el rubro de aluminio para el proceso operativo, desde el país europeo, la cual su partida arancelaria es el siguiente 7610100000. El objetivo principal es recolectar las informaciones necesarias para poder analizar a las personas involucradas en el comercio exterior, caso de empresas Pymes que hicieron proceso de importación desde Alemania – Colombia en los años 2012 – 2014. Se concluyó, que el estudio para el desarrollo metodológico, a través de fuentes confiables y la cual aplican técnicas de face to face la cual fortalece las experiencias laborales en las semi estructuración.

Nápoles, Tamayo y Moreno (2016) en su artículo titulado **“Medición y mejora de la satisfacción del cliente interno en instituciones universitarias”**, se buscó desarrollar un procedimiento general, apoyando los específicos mejorando el nivel interno, donde las instituciones universitarias brindaron su calidad de servicio, la cual la universidad de Holguín presentó la aplicación parcial de FACIIT, el lado metodológico se diseñó un procedimiento para la identificación de

servicios, procesos y atributos a estudiar. Los instrumentos fueron diseñados y validados; la cual se aplica el instrumento y por consiguiente las estrategias de análisis, solución y mejora continua. Se concluyó que la posibilidad de enmarcar los resultados por los servicios internos para la satisfacción del proceso de apoyo, evaluando los atributos y utilizando los indicadores que nos permita medir la SCI por cada servicio brindado.

Bejarano, Suarez, Vera (2018) en su artículo titulado ***“La satisfacción laboral y su efecto en la satisfacción del cliente, un análisis Teórico”***, hay autores que indican que existen estudios de satisfacción laboral y del cliente que son correlacionales directamente. En la cual la administración integral hay un ámbito de servicios compuestos, en donde la gerencia debe comprometerse en motivar al equipo; la cual la empresa tendrá un resultado exitoso. El personal es un factor muy importante para las empresas, la cual deberían considerar, así tengan una política, procedimiento, manuales, instrucciones y protocolos que la empresa tiene implementado, lo cual los trabajadores si no son motivados y no tienen un ambiente adecuado, no podrán realizar actividades en su rol asignado, la sensación se refleja en los clientes insatisfechos. Un trabajador satisfecho, transmite una actitud diferente en donde los clientes sienten ese ambiente positivo y se sienten felices y satisfechos con el servicio, lo cual la rentabilidad sea reflejada en las finanzas de la organización. Se concluyó, que la empresa había encontrado la forma como su nivel de satisfacción de los clientes sea positiva, es mediante sus trabajadores, ya que si un trabajador no es motivado o no tiene un ambiente adecuado no podrá realizar bien sus labores.

Teorías Relacionadas al Tema

Proceso Operativo de Importación, según Armestar y Vargas (2008) menciona que hay 6 procesos principales y son: cotizar orden, crear orden, valorar mercancías, clasificar mercancías, liquidación, y archivar documentos. “Las agencias de aduanas tienen el conocimiento de cómo generar una orden de servicio que se tiene que estar registrada en la SUNAT, y la cual se crea una cotización en el número de orden que se generó, y por la cual automáticamente se genera el pago de los impuestos y percepción que tiene que hacer el importador.”

Dimensión 1 de la variable 1; Cotizar orden de servicio. – según Armestar y Vargas (2008) es un proceso en la cual el sectorista está en constante comunicación con el cliente, para tener obtener la información correcta durante la gestión aduanera, por lo cual también influye el liquidador y el asistente de operaciones, finalmente el sectorista dará la cotización final que incluyen los costos del servicio utilizado por la agencia de aduanas, comisión del sectorista.

Dimensión 2 de la variable 1; crear orden de servicio. – según Armestar y Vargas (2008) es crear una nueva orden de servicio del despacho aduanero de mercancías del cliente, acá tenemos la influencia del aérea de operaciones, finalmente recibimos los documentos del despacho aduanero por lo cual el asistente de operaciones solicita un file del despacho al archivista de operaciones, en lo cual se ingresará los documentos comerciales y los ítems correspondientes.

Dimensión 3 de la variable 1; valorar mercancías. – según Armestar y Vargas (2008) determina el valor que tiene la mercancía que son definidas por la OMC, influye el archivista de operaciones que tiene que entregar el file con todos los documentos necesarios para la

introducción de información al sistema de la SUNAT, en lo cual no tengan ningún problema con la valoración y tengan la valoración correcta basándose en el Acuerdo de valor de la OMC, finalmente podemos hacer el cálculo del valor, lo cual permite ver el valor aduanero (impuestos).

Dimensión 4 de la variable 1; clasificar mercancías. – según Armestar y Vargas (2008) determinar la subpartida nacional o código 10 cifras de la mercancía correspondiente al despacho aduanero del cliente, finalmente el clasificador arancelario debe determinar las serias correspondientes en el número de DUA precedente, si hay alguna cosa que no le parezca bien o si tiene dudas de la mercancía, la agencia de aduanas solicita reconocimiento físico.

Dimensión 5 la variable 1; liquidar derechos arancelarios y tributos. – según Armestar y Vargas (2008) determina los pagos a impuestos por cada despacho aduanero, luego se hace la valoración aduanera y clasificación arancelaria de mercancía para poder concluir con la liquidación, revisamos la documentación del cliente, por lo cual veremos si a la mercancía puede acogerse algunos beneficios tributarios o preferencias arancelarias, finalmente el liquidador da una última revisión de la hoja de liquidación donde está todos los cálculos, el receptorista verificara y da el visto bueno o lado adverso le diremos que lo vuelva a calcular con las observaciones dadas.

Dimensión 6 de la variable 1; archivar despacho aduanero. – según Armestar y Vargas (2008) determina el último paso, el archivista de operaciones es el encargado de realizar todas las documentaciones que se hicieron en los despachos, ya que se le entregara al archivista

oficial que vera que todas las documentaciones estén regularizadas por aduanas.

Satisfacción del Cliente; Según Hernández (2018) indica que es un consumo de transacción específica que se relaciona con la satisfacción en el cual se encuentra las partes conformadas por la satisfacción. Son 3 que conforman la satisfacción de cliente lo cual son: elementos, estados y necesidades.

Dimensión 1 de la variable 2; elementos. – según Hernández (2018) en la actualidad la satisfacción de los clientes viene siendo muy importante para el rendimiento de una empresa, ya que hay dos elementos importantes dentro del desempeño que es el rendimiento y las expectativas que debemos tener de parte del cliente con el producto o servicio brindado.

Dimensión 2 de la variable 2; estados. – según Hernández (2018) existen dos maneras de como el cliente quede conforme o no con el servicio o productos que es satisfecho o no satisfecho, es la manera o acción para cubrir necesidades o problemas que busquen los clientes para lograr una felicidad y no un sufrimiento.

Dimensión 3 de la variable 2; necesidades. – según Hernández (2018) las exigencias que tiene los clientes así un servicio o productos tendría que ser un análisis para poder saber cómo llegar, que hacer para cubrir todas sus necesidades, ser comprendido, importante y sobre todo que tenga comodidad.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

Aplicada, lo cual busca resolver un determinado problema específico des, así mismo es descriptiva debido a que va definir las variables sin manipular ninguna de ellas.

Carrasco (2009), define que el diseño de investigación va ejecutar estructuras modificadas, lo cual se realizara en un ambiente verdadero para el tratamiento metodológico. (p.49).

La investigación tuvo como enfoque CUANTITATIVO, en donde la hipótesis es probada por la recolección de datos.

Hernández, Fernández y Baptista (2014), discuten que la investigación cuantitativa es de manera numérica o va justificar un orden adecuado.

El presente trabajo es de diseño no experimental, y correlacional no son manipuladas, la cual genera si una variable va depender de la otra.

3.2 Variables y operacionalización

Proceso Operativo de Importación y Satisfacción del Cliente.

Definición conceptual variable independiente Proceso Operativo de Importación según Armestar y Vargas (2008) menciona que hay 6 procesos principales y son:

cotizar orden, crear orden, valorar mercaderías, partida arancelaria, liquidación y archivar documentos.

La definición conceptual de la variable dependiente Satisfacción del Cliente Según Hernández (2008) indica que es un consumo de transacción específica que se relaciona con la satisfacción en el cual se encuentra las partes conformadas por la satisfacción. Son 3 que conforman la satisfacción de cliente lo cual son: elementos, estados y necesidades.

Definición operacional Esta variable será medida por 6 dimensiones cada uno con sus indicadores medidos por la escala de Likert.

Indicadores de la variable independiente Proceso Operativo de Importación;

Indicador 1 cotizar orden de servicio según Armestar y Vargas (2008) menciona que la cotización tiene que ser bien detallados para la aceptación del cliente. crear orden de servicio según Armestar y Vargas (2008) menciona que al crear el orden de servicio queda registrado en la SUNAT y quedara registrada con el nombre de la agencia que lo haya solicitado, valorar mercancías según Armestar y Vargas (2008) menciona que tenemos que determinar los valores correspondientes a los despachos aduaneros del cliente que están registrados por el orden de servicio, clasificar mercancías según Armestar y Vargas (2008) menciona que la agencia de aduanas tienen que buscar las partidas arancelarias para que

pueda ser un buen valor de los productos, liquidar derechos arancelarios y tributos según Armestar y Vargas (2008) menciona que es un derecho que tenemos que pagar, los despachos aduaneros, y archivar despacho aduanero según Armestar y Vargas (2008) menciona que todas las agencias de aduanas tienen el derecho de archivar todos sus órdenes de servicios realizados por el plazo de 5 años.

Indicadores de la variable dependiente Satisfacción del Cliente elementos que conforman la satisfacción Hernández (2018) menciona que hay dos elementos que todo empresa tiene que tener presente sobre su cliente que son el rendimiento y las expectativas que tiene que tener la empresa, estado de satisfacción según Hernández (2018) menciona que la empresa tiene que ver la manera de cómo saber mediar la satisfacción y la insatisfacción para el conocimiento de la empresa, necesidades del cliente según Hernández (2018) menciona que la empresa siempre tiene que estar a disposición de los clientes a sus necesidades para la buena satisfacción.

Escala de Medición será ordinal.

3.3 Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis

Población conformada 79 clientes que adquieren los servicios de la agencia Blog Aduanas donde adquirieron

los servicios de los inicios de año 2020. La muestra estará conformada por 21 clientes del presente año.

Sánchez, Reyes y Mejía (2018) indica unos grupos de individuos, elementos o incidencias consta de grandes diferencias de caracteres.

Por lo tanto, se aplicara el método de muestreo no probabilístico donde la muestra va recoger a los clientes de muestra intencional y la selección de los participantes se realizará según las características de la investigación.

Además, Otzen y Manterola (2017) se utilizará la muestra por conveniencia, ya que serán los que cumplieron los criterios de selección y los que se encuentren cerca al investigador y estos acepten la participación. (p. 230)

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se utilizó como técnica la encuesta, la misma caracteriza por desarrollar un procedimiento estandarizado de consulta, de modo que a todos los clientes se les interrogo con las mismas preguntas a través de un cuestionario sobre proceso operativo y la satisfacción en el cliente.

López (2015), nos indica que, para tener resultados, tenemos que tener una técnica (encuesta) para la obtención de datos reales en donde se realiza las preguntas a los individuos (p. 8).

El instrumento de recolectar la información fue mediante el cuestionario sobre proceso operativo y la satisfacción en el cliente.

En la validez, se recurrió a 3 expertos para la supervisión del instrumento que se encuentra en el anexo 4.

Tabla 1: EXPERTOS DE LA MATERIA

	Expertos	Valor %
<i>Experto</i> 1:	Dra. Michca Maguiña, Mary Hellen Mariela	80%
<i>Experto</i> 2:	Dr. Marquez Caro, Fernando Luis	80%
<i>Experto</i> 3:	Mgtr. Pasache Ramos, Maximo Fidel	80%

Fuente: Elaboración propia.

Concluyendo, si el instrumento es confiable, se puede obtener una base de prueba piloto 10 clientes, dando los siguientes resultados:

TABLA 2: PRUEBA PILOTO: ALFA DE CRONBACH DE LA VARIABLE 1 Y 2

			<i>Estadísticas de fiabilidad</i>	
			Alfa de Cronbach	N de elementos
Proceso operativo de importación			0.817	9
Satisfacción del cliente			0.924	8

Fuente: Resultado de elaboración estadístico SPSS

Interpretación:

En la tabla 2, nos muestra que hay un 0.817 demostrando una alta confiabilidad en el Proceso operativo de importación; también vemos que la Satisfacción del cliente tiene un coeficiente alfa de Cronbach mostrado de 0.924.

3.5 Procedimientos

En el desarrollo de la investigación, se pudo identificar el problema en la Agencia de Aduana BLOG ADUANAS S.A.C. en la cual se comenzó a determinar los objetivos específicos y general. Así mismo se acudió al lugar donde se realizaría el proyecto de investigación. Se hizo la realización de la encuesta, conforman 17 preguntas para 21 importadores, lo cual los resultados se insertaron en el programa Microsoft Excel para ordenarlas y luego

tabularlas en el estadístico SPSS versión 25, finalmente realizar los gráficos y tablas, para luego interpretarlas.

3.6 Método de análisis de datos

En el trabajo de investigación utilizamos como técnica la recolección de datos y como instrumento el cuestionario. En donde la recolección de datos fue vaciada en el programa Microsoft Excel para el uso del programa Resultado de elaboración estadístico SPSS Vers. 25 para poder realizar los gráficos y tablas.

3.7 Aspectos éticos

El presente estudio respeto los principios bioéticos, se respetó el anonimato de los participantes, cuenta con formato de consentimiento informado, donde los participantes del estudio dieron su autorización de participación, los datos recogidos solo se utilizaron para los fines del estudio, al igual que la veracidad y el respeto a los datos consignados en el instrumento.

IV. RESULTADOS

Análisis e interpretación de variables y dimensiones

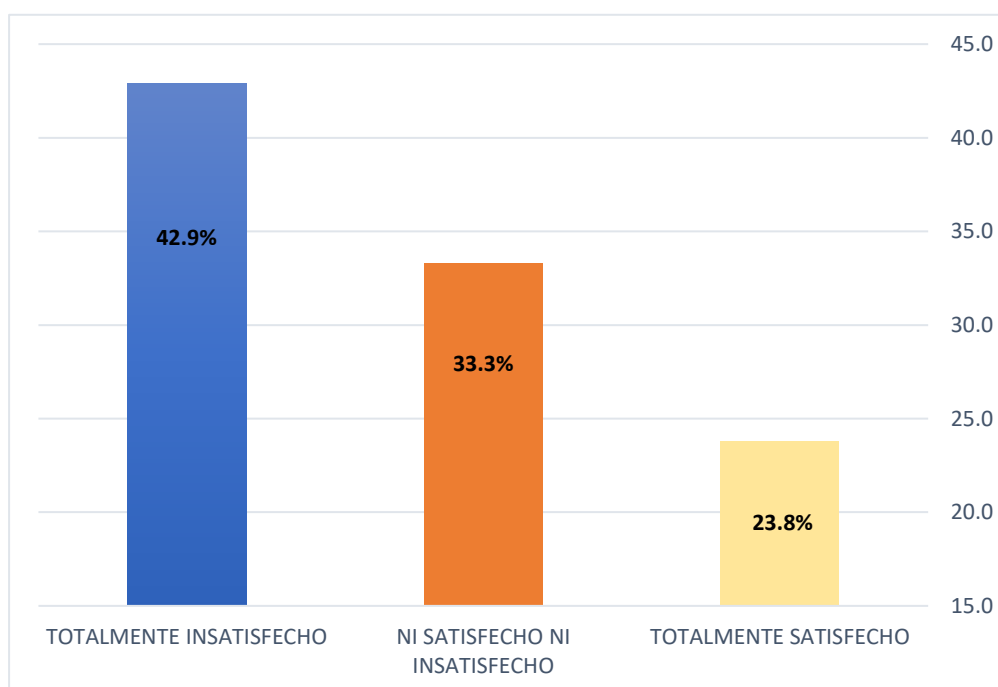
Variable 1: Proceso operativo de importación

TABLA 3: ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LA VARIABLE 1

	FRECUENCIA	%
TOTALMENTE INSATISFECHA	9	42.9
NI INSATISFECHO NI SATISFECHO	7	33.3
TOTALMENTE SATISFECHO	5	23.8
TOTAL	21	100

FUENTE: RESULTADO DE ELABORACIÓN ESTADÍSTICO SPSS VERS.25

GRÁFICO 1 ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LA VARIABLE 1



Interpretación:

En el grafico 1, observamos que un 42.9% de empresas importadoras se encuentran totalmente insatisfechos con la forma como realizan el proceso operativo de importación, a la ves hay un 33.3% que no están ni satisfechos ni insatisfechos, solo hay un 23.8% de clientes que están satisfechos con la forma como la empresa Blog Aduanas S.A.C, realiza paso a paso sus procesos operativos y la manera de cómo los tiene en comunicación de sus mercancías.

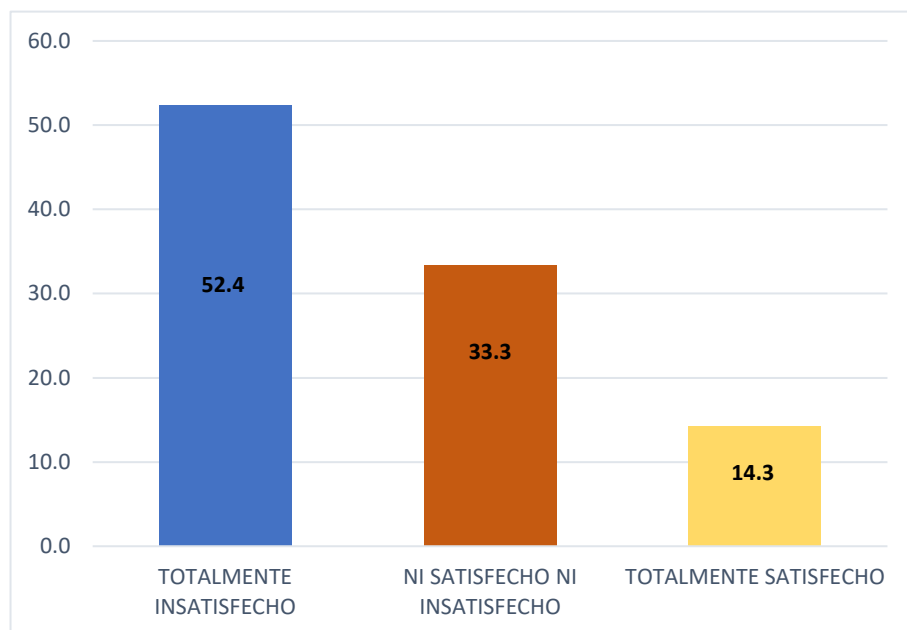
Variable 2: Satisfacción del cliente,

TABLA 4: ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LA VARIABLE 2

	FRECUENCI	%
	A	
TOTALMENTE INSATISFECHA	11	52.4
NI INSATISFECHO NI SATISFECHO	7	33.3
TOTALMENTE SATISFECHO	3	14.3
TOTAL	21	100

FUENTE: RESULTADO DE ELABORACIÓN ESTADÍSTICO SPSS VERS.25

GRÁFICO 2 ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LA VARIABLE 2



Interpretación:

En el grafico 2, observamos que hay un 52.4% de empresas importadoras que están totalmente insatisfechos de la manera como satisfacen las necesidades de sus clientes, hay un 33.3% que no están ni satisfechos ni insatisfechos y hay un 14.3% que si se encuentran totalmente satisfechos con los servicios percibidos de parte de la Agencia Blog Adunas S.A.C.

Se procedió a realizar la constatación de hipótesis.

Hipótesis general

TABLA 5: RHO DE SPEARMAN DE LA VARIABLE 1 Y 2

		V2. Satisfacción del Cliente	
		Coeficiente	,949**
		de	
Rho de	V1. Proceso operativo	Correlación	
Spearman	de Importación	Sig.	,000
		(bilateral)	
		N	21

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

Fuente: Resultado de elaboración estadístico SPSS Vers. 25

H0: Existe relación entre el Proceso de Importación y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia Blog Aduanas S.A.C., Callao 2020.

H1: Existe relación entre el Proceso de Importación y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia Blog Aduanas S.A.C., Callao 2020.

Interpretación:

En la tabla 5, observamos que el valor de Coeficiente Correlación es 0,949, es decir, rechazaremos la hipótesis nula y la hipótesis alternativa va ser aceptada. Podemos visualizar que si existe relación del Proceso de Importación y la Satisfacción de los Clientes de la Agencia Blog Aduanas S.A.C., Callao 2020. Por consiguiente, si la empresa hace un buen manejo de los procesos de aduanas, se lograra tener a los clientes satisfechos y sin ninguna duda sobre sus cargas y así puedan lograr

adquirir más clientes por las recomendaciones que les darán sobre los servicios brindados.

Hipótesis específicas

TABLA 6: RHO DE SPEARMAN DE LA VARIABLE 1 Y DIMENSIÓN 1 DE LA V2

		V2D1 Elementos de la satisfacción	
Rho de Spearman	V1. Proceso operativo de Importación	Coeficiente de Correlación	,889**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	21

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

Fuente: Resultado de elaboración estadístico SPSS Vers. 25

Hipótesis específico 1

Ho: Existe relación entre el proceso operativo de importación y los elementos que conforman la satisfacción de los clientes de la Agencia Blog Aduanas S.A.C., Callao 2020.

H1: Existe relación entre el proceso operativo de importación y los elementos que conforman la satisfacción de los clientes de la Agencia Blog Aduanas S.A.C., Callao 2020.

Interpretación

En la tabla 6, observamos, que el valor de Coeficiente Correlación es 0,889, es decir; rechazaremos la hipótesis nula y la hipótesis alternativa va ser aceptada. Podemos visualizar que si existe relación del Proceso de Importación y los elementos de Satisfacción de los Clientes de la Agencia Blog Aduanas S.A.C., Callao 2020. Por consiguiente, podemos recalcar que si se usa o recurre bien a los elementos de satisfacción vamos a lograr tener a los clientes con buenas expectativas y un buen rendimiento de los servicios brindados.

TABLA 7: RHO DE SPEARMAN DE LA VARIABLE 1 Y DIMENSIÓN 2 DE LA V2

		V2D2 Estados de satisfacción	
		Coeficiente	,895**
		de	
Rho de	V1. Proceso operativo	Correlación	
Spearman	de Importación	Sig.	,000
		(bilateral)	
		N	21

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

Fuente: Resultado de elaboración estadístico SPSS Vers. 25

Hipótesis específico 2

Ho: Existe relación entre el proceso operativo de importación y los estados de la satisfacción de los clientes de la Agencia Blog Aduanas S.A.C., Callao 2020.

H1: Existe relación entre el proceso operativo de importación y los estados de la satisfacción de los clientes de la Agencia Blog Aduanas S.A.C., Callao 2020.

Interpretación

En la tabla 7, observamos, que el valor de Coeficiente Correlación es 0,895, es decir; rechazaremos la hipótesis nula y la hipótesis alternativa va ser aceptada. Podemos visualizar que, si existe relación del Proceso de Importación y los estados de Satisfacción de los Clientes de la Agencia Blog Aduanas S.A.C., Callao 2020. Por consiguiente, podemos ver que si un cliente no es satisfecho con los servicios vamos a tener un cliente insatisfecho y eso es lo que no quiere la empresa Blog Aduanas S.A.C, por eso tenemos que estar constante con todas las dudas que tenga los clientes sobre su carga y la comunicación continua.

TABLA 8: RHO DE SPEARMAN DE LA VARIABLE 1 Y DIMENSIÓN 3 DE LA V2

		V2D3 Necesidades del cliente	
		Coeficiente	,936**
		de	
Rho de	V1. Proceso operativo	Correlación	
Spearman	de Importación	Sig.	,000
		(bilateral)	
		N	21

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

Fuente: Resultado de elaboración estadístico SPSS Vers. 25

Hipótesis específico 3

Ho: Existe relación entre el proceso operativo de importación y las necesidades de los clientes de la Agencia Blog Aduanas S.A.C., Callao 2020.

H1: Existe relación entre el proceso operativo de importación y las necesidades de los clientes de la Agencia Blog Aduanas S.A.C., Callao 2020.

Interpretación

En la tabla 8, observamos, que el valor de Coeficiente Correlación es 0,936, es decir; rechazaremos la hipótesis nula y la hipótesis alternativa va ser aceptada. Podemos visualizar que, si existe relación del Proceso de Importación y las necesidades de Satisfacción de los Clientes de la Agencia Blog Aduanas S.A.C., Callao 2020. Por consiguiente, tenemos que tener en cuenta que las necesidades de los clientes son importantes, porque si un cliente no se siente cómodo, importante o no se siente bien recibido, se podría desligar de nuestros servicios y es por eso que un buen ambiente de espera es lo mejor para ellos hasta luego de ser atendidos.

V. DISCUSIÓN

Objetivo específico 1

Determinar la relación del proceso operativo de importación con los elementos que conforman la satisfacción de los clientes de la Agencia Blog Aduanas S.A.C., Callao 2020.

El análisis Rho Spearman resulto un valor de coeficiente correlación $R = 0,889$, es decir, en la investigación de Ugaz (2018) *“Relación de la calidad de servicio logístico, satisfacción y la lealtad del cliente a los agentes de carga marítimo puerto callao 2018”*, resulto que a empresa tiene un 80% de efectividad a sus clientes, es su principal potencial a la hora de brindar es la amabilidad, empatía y comprensión, por lo cual genera un alto expectativa entre los clientes al momento de ejecutar su servicios. Por lo cual, Nápoles, Tamayo y Moreno (2016) en su artículo *“Medición y mejora de la satisfacción del cliente interno en instituciones universitarias”*, se obtuvo como resultado la calidad de servicio brinda las instituciones universitarias, los clientes tienen una expectativa muy baja, por lo cual generaría una insatisfacción a los usuarios por no conseguir una satisfacción total de lo que deseaban, entonces la relación de la fiabilidad, donde los clientes perciben que el servicio brindado superan las expectativas del cliente por la forma como implementaron una capacitación de FACIIT para sus personales para que se sientan complacidos, al ver esto los clientes consideran que el personal ha cambiado y ahora son más amables y atentos a los clientes, y transmiten seguridad y están dispuestos a ayudar para brindarles una buena información. Por lo consiguiente, podemos decir que si existe relación entre el proceso operativo de importación y los

elementos de satisfacción de los clientes de la Agencia Blog Aduanas S.A.C, Callao 2020. Porque si un buen manejo de sus elementos los clientes terminan satisfecho y feliz, pero si es al contrario finalizara con un cliente insatisfecho e infeliz. Por todo lo mencionado anteriormente, podemos concluir que el objetivo 1 específico es acertado.

Objetivo específico 2

Determinar la relación del proceso operativo de importación con los estados de la satisfacción de los clientes de la Agencia Blog Aduanas S.A.C., Callao 2020.

El análisis Rho Spearman resulto un valor de coeficiente correlación $R = 0,895$, es decir, en la investigación de Bejarano, Suarez, Vera (2018) “La satisfacción laboral y su efecto en la satisfacción del cliente, un análisis Teórico”, resulto que la satisfacción del cliente manifiesta que la relación de la cortesía que brindan a sus clientes, por lo cual, un ambiente laboral en buenas condiciones y buen ambiente entre los colaboradores, podremos brindar una buena atención, respeto, amabilidad y los toman en cuenta, los clientes se mostrarían contentos por los servicios obtenidos, por eso no se sentirá incomodo ni disgustado o insatisfecho. Así también, Moliner (2017) en su investigación “calidad de servicio y satisfacción del cliente”, resulto que la satisfacción se manifiesta con la calidad de servicio que brindan las empresas, si no cumplen con las medidas, no tienen interés en brindar un buen trato por lo cual se manifestarán las quejas y los malos tratos así los usuarios. Por consiguiente, podemos decir que si existe relación entre el proceso operativo de importación con los estados de satisfacción de los clientes de la Agencia Blog Aduanas S.A.C, Callao 2020. En donde, si no se hace un seguimiento a los clientes no

podremos resolver sus inquietudes o quejas en lo cual generan una alta insatisfacción de los servicios y posteriormente con la calidad que tienen supuestamente. Por todo lo mencionado anteriormente, podemos concluir que el objetivo 2 específico es acertado.

Objetivo específico 3

Determinar la relación del proceso operativo de importación con las necesidades de los clientes de la Agencia Blog Aduanas S.A.C., Callao 2020.

El análisis Rho Spearman resulto un valor de coeficiente de correlación $R = 0,889$, es decir, en la investigación de Chaverra (2016) “Los procesos de importación en Colombia: Barreras y Retos”, resulto que hay mucha importancia en los procesos de importación la inclusión de los clientes; las agencias tienen que tener en claro que los importadores no tienen mucho concepto de todos los procesos que tienen que pasar sus mercancías para poder descargar, es por ende que la agencia de aduanas tenga que hacerle saber cómo son los procesos y que tiempo demoran, porque es muy importante tener comunicado a nuestros clientes de cómo va sus mercancías, para así la gestión del despacho sea más claro y el cliente pueda entender los retrasos que a veces le pasa a la agencia y estén satisfechos con el servicio brindado. Entonces, García (2018) en su tesis titulada “*Propuesta de modelo de gestión integral para la mejora de competitividad en las agencias de aduana*”, se obtuvo como resultado determinar si existe correlación moderada entre la propuesta de modelo y la satisfacción del cliente, es decir que, hay una relación del proceso operativo de importación con las necesidades de satisfacción de los clientes de la Agencia Blog Aduanas S.A.C, Callao 2020. El modelo que están implementando es

usado con aptitud y brindar un servicio veloz y audaz a los clientes, ellos que darán completamente satisfechos. Por todo lo mencionado anteriormente, podemos concluir que el objetivo 3 específico es acertado.

Objetivo general

Determinar la relación del proceso operativo de importación y su influencia en la satisfacción de los clientes de la Agencia Blog Aduanas S.A.C., Callao 2020.

El análisis Rho Spearman resulto un valor de coeficiente correlación $R = 0,889$, es decir, en la investigación de Modesto (2018) *“Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes de la empresa de transporte terrestre de pasajeros GM internacional S.A.C – Huánuco”*, concluyó que un buen servicio, se refleja con el ánimo y comodidad de los clientes, ya que si dan buen trato y buen ambiente al servicio brindado los pasajeros van a quedar satisfecho con la compra de su pasaje. Por consiguiente, Quispe (2019) en su investigación *“Proceso operativo de importación y satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Monte Sion S.A.C”*, concluyo que, los procesos influyen en cuanto de satisfecho se encuentra el cliente con los servicios brindados, tuvo como coeficiente correlación 88.2%, nos indica que los procesos operativo de importación es importante, ya que la agencia de aduanas es la encargado de supervisar la mercaderías y estar en constante comunicación con agencia navieras y de cargas, para poder informar correctamente al cliente como va su carga y el cliente se sienta importante en la operación de su mercadería. Podemos decir que el objetivo general de la investigación queda satisfactoriamente satisfecho.

VI. CONCLUSIONES

1. Se concluyó, que en el primer objetivo específico de la investigación se obtuvo como resultado un Coeficiente de Correlación de 0,889; que significa que si encontramos la relación que existe entre el proceso operativo de importación con los elementos de satisfacción de los clientes para la Agencia Blog Aduanas S.A.C, Callao 2020. Por lo cual se rechazó en su totalidad la hipótesis nula y se acudió a la hipótesis alternativa.
2. Se concluyó, que el segundo objetivo específico de la investigación tuvo como resultado un Coeficiente de Correlación de 0,895; que significa que si encontramos la relación que existe entre el proceso operativo de importación con los estados de satisfacción de los clientes para la Agencia Blog Adunas S.A.C, Callao 2020. Por lo cual se rechazó en su totalidad la hipótesis nula y se acudió a la hipótesis alternativa.
3. Se concluyó, que el tercer objetivo específico de la investigación tuvo como resultado un Coeficiente de Correlación de 0,936; que significa que si encontramos la relación que existe entre el proceso operativo de importación con las necesidades de satisfacción de los clientes para la Agencia Blog Adunas S.A.C, Callao 2020. Por lo cual se rechazó en su totalidad la hipótesis nula y se acudió a la hipótesis alternativa.
4. Finalizamos, con el objetivo general de la investigación donde obtuvimos como resultado un coeficiente de correlación de 0,949; en lo cual hay una alta relación entre el proceso operativo de

importación y la satisfacción de los clientes para la Agencia Blog Aduanas S.A.C, Callao 2020. Por lo cual se rechazó en su totalidad la hipótesis nula y se acudió a la hipótesis alternativa; ya que, si la empresa realiza una buena cotización de orden de servicio, orden de servicio, valor de mercancías, clasificación de mercancías, liquidación de tributos y aranceles y archivar los despachos aduaneros tendremos como resultado un cliente feliz, satisfecho y conforme con el servicio brindando que es de calidad, eficaz y cumple con todas las necesidades y expectativas del importador.

VII. RECOMENDACIONES

- 1.** Se le sugiere a la Agencia Blog Aduanas S.A.C tener a su personal continuamente capacitado en las áreas operativas de importación por lo cual puedan brindar un excelente asesoramiento y ayudar al cliente a percibir el servicio y quede con buenas expectativas a la hora del plus ofrecido.
- 2.** Se le sugiere ejecutar estándares de atención al cliente, los encargados de esta aérea tienen que estar bien capacitados para la adecuada atención ya sea virtual o presencial de manera eficaz y reciba el mejor servicio por la Agencia Blog Aduanas S.A.C.
- 3.** Se le sugiere tener a sus trabajadores de oficina siempre capacitados, implementar un lugar adecuado para la espera del cliente y su comodidad, por lo cual cuando se acerquen a nuestras instalaciones puedan tener una buena impresión y poder cautivarlos con la visión, también ser bien recibidos y se sientas como en casa mientras esperan para ser atendidos. Por consiguiente, que les enseña a los trabajadores de oficina estar atentos a las peticiones e incomodidades de los clientes para que sientan que son importantes, comprendidos y que el cliente siempre tiene la razón.
- 4.** Finalizando se le sugiere a la Agencia Blog Aduanas S.A.C realizar mejoramiento en las etapas del proceso operativo en lo cual ocasionaron falencias, por lo cual el cliente se sentirá más satisfecho con los servicios brindados de la empresa. Por

consiguiente, tener cada semana una charla con los importadores dándoles información necesaria de cómo realizar un buen manejo de valor y clasificación arancelaria de sus mercancías y se sientan más considerados dentro de los procesos.

REFERENCIAS

BCRP (2020). Series mensuales. Recuperado de <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/consulta/grafico>

Bejarano, G., Suárez, P., & Vera, A. (2018). La satisfacción laboral y su efecto en la satisfacción del cliente, un análisis teórico. *INNOVA Research Journal*, 3(8), 140-146. <https://doi.org/10.33890/innova.v3.n8.2018.879>

Calderón, W. (2017). Manual de Procesos Logísticos de las Importaciones de Global Support Group S.A. Universidad de Santander UDES.

Carrasco, S. (2009) Metodología de la investigación científica. Lima, Perú: Editorial San Marcos diseño

Chaverra, E. (2016). Los procesos de importación en Colombia: Barreras y Retos. Un estudio de caso. *Revista de Investigación de Administración, Contabilidad, Economía y Sociedad*, (5). Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=551857287006>

Fernandez, Q., Nina, A. (2016). Medición de la Satisfacción del Cliente en Organizaciones no Lucrativas de Cooperación el Desarrollo.

Empresarial, 10(37), 27-35. <https://editorial.ucsg.edu.ec/ojs-empresarial/index.php/empresarial-ucsg/article/view/36>

García, A., & Toshiro, D. (2018). Propuesta de modelo de gestión integral para la mejora de competitividad en las agencias de aduana. Universidad Ricardo Palma. <http://repositorio.urp.edu.pe/handle/URP/1652>

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista P. (2014). Metodología de la Investigación. (6ta. Ed.), México D.F, México: Mc Graw Hill diseño

Hernández-Oro, R. M., Medina-León, A., & Hernández-Pérez, G. (2014). Satisfacción del cliente en empresas de base tecnológica del sector hidráulico cubano.

López, O. (2017). La presunción de no responsabilidad, una garantía del agente aduanal. México: universidad nacional autónoma de México. Recuperado <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/10/4662/7.pdf>

López, P. (2015). Metodología de la investigación social cuantitativa. Recuperado de https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf

Maguiña et al. (2016). mejora en el proceso operativo del área de atención al cliente, aplicando el sistema tracking, en la empresa airocean cargo sac. Universidad peruana de ciencias aplicadas.

Maguiña, A., Márquez, S., Ugaz, J., & Zamora, Y. (2016). Mejora en el proceso operativo del área de atención al cliente, aplicando el sistema tracking, en la empresa Airocean Cargo SAC. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/618347>

Modesto, D. (2017). Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes de la empresa de transporte terrestre de pasajeros GM internacional SAC – Huánuco. 2017. Universidad católica los Angeles Chimbote.

Pamies, S. (2004). De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente. ESIC Editorial.

Pérez, J. (2010). Gestión por procesos. (4ta ed.). España: ESIC Editorial.

Quintero, A. y Sotomayor, J. (2018). Propuesta de mejora del proceso logístico de la empresa tramacoexpress CIA.ltda del cantón DurÁN. Universidad DE Guayaquil.

Quispe, R. 2019. Proceso operativo de importación y satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Monte Sion S.A.C., Callao 2019. Universidad César Vallejo.

Sánchez, H., Reyes, C. y Mejía, K. (2018). Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística, Lima, Perú: Virrektorado de Investigación.

UGAZ, S. (2018). Relación de la calidad de servicio logístico, satisfacción y la lealtad del cliente a los agentes de carga marítimo puerto callao 2018 – telefonía celular. Universidad san Ignacio de Loyola.

Vavra, T., 2003. *Cómo medir la satisfacción del cliente según la ISO 9001:2000*. Madrid: Fundación Confemetal.

ANEXO:

Anexo 1. CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA
PROCESO OPERATIVO DE IMPORTACIÓN	Armestar y Vargas (2008) menciona que hay 6 procesos principales y son: cotizar orden de servicio, crear orden de servicio, valorar mercancías, clasificar mercancías, liquidar derechos arancelarios y tributos, y archivar despacho aduanero.	Esta variable será medida por 6 dimensiones cada uno con sus indicadores medidos por la escala de Likert.	Cotizar orden de servicio	Información de mercancía	1) TOTALMENTE INSATISFECHO 2) INSATISFECHO 3) NI SATISFECHO NI INSATISFECHO 4) SATISFECHO 5) TOTALMENTE SATISFECHO
				Tiempo de respuesta	
			Crear orden de servicio	Revisión de la documentación	
				Comunicación al cliente	
			Valorar mercancías	Método de valoración aduanera	
				Determinación del valor en aduana	
			Clasificar mercancías	Clasificación arancelaria	
Liquidar derechos arancelarios y tributos	Determinación del monto a pagar				
Archivar despacho aduanero	Envío electrónico				
SATISFACCION DEL CLIENTES	Según Hernández (2018) indica que es un consumo de transacción específica que se relaciona con la satisfacción en el cual se encuentra las partes conformadas por la satisfacción. Son 3 que conforman la satisfacción de cliente lo cual son: elementos, estados y necesidades.	Esta variable será medida por 3 dimensiones cada uno con sus indicadores medidos por la escala de Likert.	Elemento que conforman la satisfacción	Rendimiento percibido	1) TOTALMENTE INSATISFECHO 2) INSATISFECHO 3) NI SATISFECHO NI INSATISFECHO 4) SATISFECHO 5) TOTALMENTE SATISFECHO
				Expectativas	
			Estado de satisfacción	Satisfacción	
				Insatisfacción	
			Necesidades del cliente	Necesidad de sentirse bien recibido	
				Necesidad de Ser comprendido	
				Necesidad de sentirse importante	
Necesidad de comodidad					

Fuente: Elaboración propia

Comunicación al cliente		1	2	3	4	5
4	¿Cómo se siente usted en relación a la comunicación de las observaciones que recibe en relación a la documentación?					
Valorar mercancías						
Método de valoración aduanera		1	2	3	4	5
5	¿Cómo se siente usted en relación al método que se aplica en la valorización de su mercancía?					
Determinación del valor en aduana		1	2	3	4	5
6	¿Se siente usted conforme en relación a la determinación del valor en aduana de su mercancía?					
Clasificar mercancías						
Clasificación arancelaria		1	2	3	4	5
7	¿Cómo se siente usted en relación a la clasificación arancelaria de su mercancía?					
Liquidar derechos arancelarios y tributos						
Determinación del monto a pagar		1	2	3	4	5
8	¿Cómo se siente usted en relación a la determinación de los derechos arancelarios y tributos que paga?					
Archivar despacho aduanero						
Envió electrónico		1	2	3	4	5
9	¿Cómo se siente usted en relación a los tiempos que se maneja para realizar el envío electrónico de la DAM para su numeración?					
VARIABLE 2: SATISFACCION DEL CLIENTES						
		VALORES DE ESCALA				
Elemento que conforman la satisfacción						
Rendimiento percibido		1	2	3	4	5
10	¿Cómo se siente usted en relación al rendimiento percibido del servicio obtenido?					
Expectativas		1	2	3	4	5
11	¿Cómo se siente usted en relación al grado de expectativa del servicio recibido?					
Estado de satisfacción						

Satisfacción		1	2	3	4	5
12	¿Cuál es el nivel de satisfacción en cuanto a la atención percibida?					
Insatisfacción		1	2	3	4	5
13	¿Cuál es el nivel de insatisfacción que percibe del servicio recibido?					
Necesidades del cliente						
Necesidad de sentirse bien recibido		1	2	3	4	5
14	¿Cuál es el nivel de satisfacción con respecto al recibimiento que percibe por parte del personal?					
Necesidad de Ser comprendido		1	2	3	4	5
15	¿Cuál es el nivel satisfacción con respecto a ser comprendido?					
Necesidad de sentirse importante		1	2	3	4	5
16	¿Cómo se encuentra con respecto a la importancia que percibe como cliente al momento de la atención?					
Necesidad de comodidad		1	2	3	4	5
17	¿Cuál es el nivel de satisfacción con respecto a la comodidad obtenida como cliente?					

Anexo 3

Anexo 3.1: ficha de datos variable 1: Proceso operativo de importación

	VARIABLE 1: PROCESO OPERATIVO DE IMPORTACION								
	D1		D2		D3		D4	D5	D6
	P. 1	P.2	P.3	P.4	P.5	P.6	P.7	P.8	P.9
CLIENTE 1	4	3	4	2	2	5	5	5	5
CLIENTE 2	4	3	4	2	3	4	5	4	4
CLIENTE 3	4	3	4	2	2	5	4	5	5
CLIENTE 4	4	3	4	2	2	5	5	5	5
CLIENTE 5	5	4	5	2	3	5	5	4	4
CLIENTE 6	5	4	5	3	3	5	5	4	5
CLIENTE 7	5	4	5	3	3	5	5	5	4
CLIENTE 8	4	3	4	2	2	4	4	4	5
CLIENTE 9	3	1	2	1	1	4	5	5	4
CLIENTE 10	5	4	5	3	3	3	5	5	5
CLIENTE 11	4	3	4	2	2	4	4	5	5
CLIENTE 12	4	2	3	2	2	4	5	5	4
CLIENTE 13	4	2	3	2	2	3	4	5	5
CLIENTE 14	5	2	3	2	2	4	5	4	4
CLIENTE 15	3	4	5	1	3	3	4	5	4
CLIENTE 16	4	1	1	1	1	3	5	4	4
CLIENTE 17	2	2	3	2	2	4	5	4	5
CLIENTE 18	2	1	1	1	1	4	4	4	4
CLIENTE 19	4	3	4	2	3	5	4	4	5
CLIENTE 20	3	2	3	1	1	4	5	5	5
CLIENTE 21	3	2	2	1	1	5	5	5	5

Anexo 3.2: ficha de datos variable 2: Satisfacción del cliente

	VARIABLE 2: SATISFACCION DEL CLIENTE							
	D1		D2		D3			
	P. 1	P.2	P.3	P.4	P.5	P.6	P.7	P.8
CLIENTE 1	3	2	2	2	2	3	2	2
CLIENTE 2	3	2	2	2	2	3	3	3
CLIENTE 3	3	2	2	2	2	2	2	2
CLIENTE 4	3	2	2	2	2	2	2	2
CLIENTE 5	4	1	4	3	3	4	3	3
CLIENTE 6	4	1	4	4	3	3	3	3
CLIENTE 7	4	2	4	4	3	4	3	3
CLIENTE 8	3	1	4	3	2	3	3	3
CLIENTE 9	1	2	1	2	1	1	1	1
CLIENTE 10	4	3	4	4	3	4	3	3
CLIENTE 11	3	2	3	3	3	2	2	2
CLIENTE 12	2	1	1	3	2	2	2	2
CLIENTE 13	2	1	1	2	2	1	2	2
CLIENTE 14	2	1	1	2	1	1	2	2
CLIENTE 15	4	3	4	3	3	3	3	3
CLIENTE 16	1	1	1	1	1	1	1	1
CLIENTE 17	2	2	2	2	3	2	2	2
CLIENTE 18	1	1	1	1	1	1	1	1
CLIENTE 19	3	3	3	3	3	3	3	2
CLIENTE 20	2	2	2	2	2	2	1	2
CLIENTE 21	2	1	1	1	2	1	1	1

Anexo 4. Validación del instrumento

Experto 1: Dra. Michca Maguiña, Mary Hellen Mariela



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: **MICHCA MAGUIÑA, MARY HELLEN MARIELA**
- I.2. Especialidad del Validador: **Dra. EN ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN**
- I.3. Cargo e Institución donde labora: **DTC – Universidad César Vallejo**
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autor del instrumento: **MORALES HUAYTA, NICK ANDERSON**

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				✓	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				✓	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				✓	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				✓	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				✓	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				✓	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				✓	
CONSISTENCIA	Considera que los Items utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				✓	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				✓	
METODOLOGÍA	Considera que los Items miden lo que pretende medir.				✓	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					80%	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

.....

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

Los Olivos, 03 de mayo del 2021.

Firma de experto informante

DNI: 41478652

Teléfono: 995801023

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

VARIABLE 1: PROCESO DE IMPORTACIÓN

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		

VARIABLE 2: SATISFACCION DEL CLIENTE

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		



Firma de experto informante

DNI: 41478652

Teléfono: 995801023

Experto 2: Dr. Marquez Caro, Fernando Luis



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: **MARQUEZ CARO, FERNANDO LUIS**
- I.2. Especialidad del Validador: **DOCTOR SOCIÓLOGO**
- I.3. Cargo e Institución donde labora: **DTC – Universidad César Vallejo**
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autor del instrumento: **MORALES HUAYTA, NICK ANDERSON**

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				✓	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				✓	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				✓	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				✓	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				✓	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				✓	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				✓	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				✓	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				✓	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				✓	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					80%	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

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

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

Los Olivos, 03 de mayo del 2021.

.....
Firma de experto informante

DNI: 08729589

Teléfono: 964891990

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

VARIABLE 1: PROCESO DE IMPORTACIÓN

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		

VARIABLE 2: SATISFACCION DEL CLIENTE

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		

..... 

Firma de experto informante

DNI: 08729589

Teléfono: 964891990

Experto 3: Mgtr. Pasache Ramos, Maximo Fidel



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: **PASACHE RAMOS, MAXIMO FIDEL**
- I.2. Especialidad del Validador: **ING. ECONOMISTA - Mg. EN DOCENCIA UNIVERSITARIA**
- I.3. Cargo e Institución donde labora: **DTP – Universidad César Vallejo**
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autor del instrumento: MORALES HUAYTA, NICK ANDERSON

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				✓	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				✓	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				✓	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				✓	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				✓	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				✓	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				✓	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				✓	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				✓	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				✓	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					80%	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

.....

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

Los Olivos, 03 de mayo del 2021.

Firma de experto informante

DNI: 07903350

Teléfono: 985997741

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

VARIABLE 1: PROCESO DE IMPORTACIÓN

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		

VARIABLE 2: SATISFACCION DEL CLIENTE

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		



Firma de experto informante

DNI: 07903350

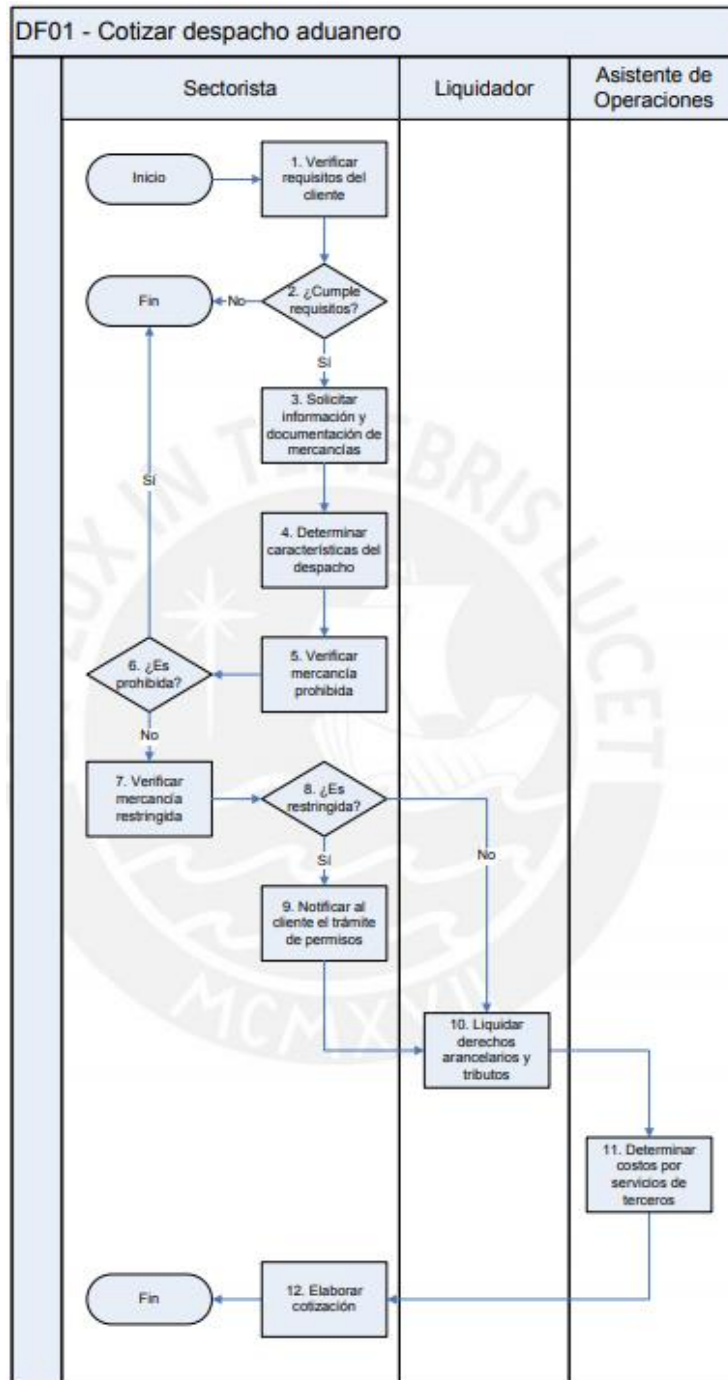
Teléfono: 985997741

Anexo 5. Clientes importadores de la Agencia Blog Aduanas S.A.C

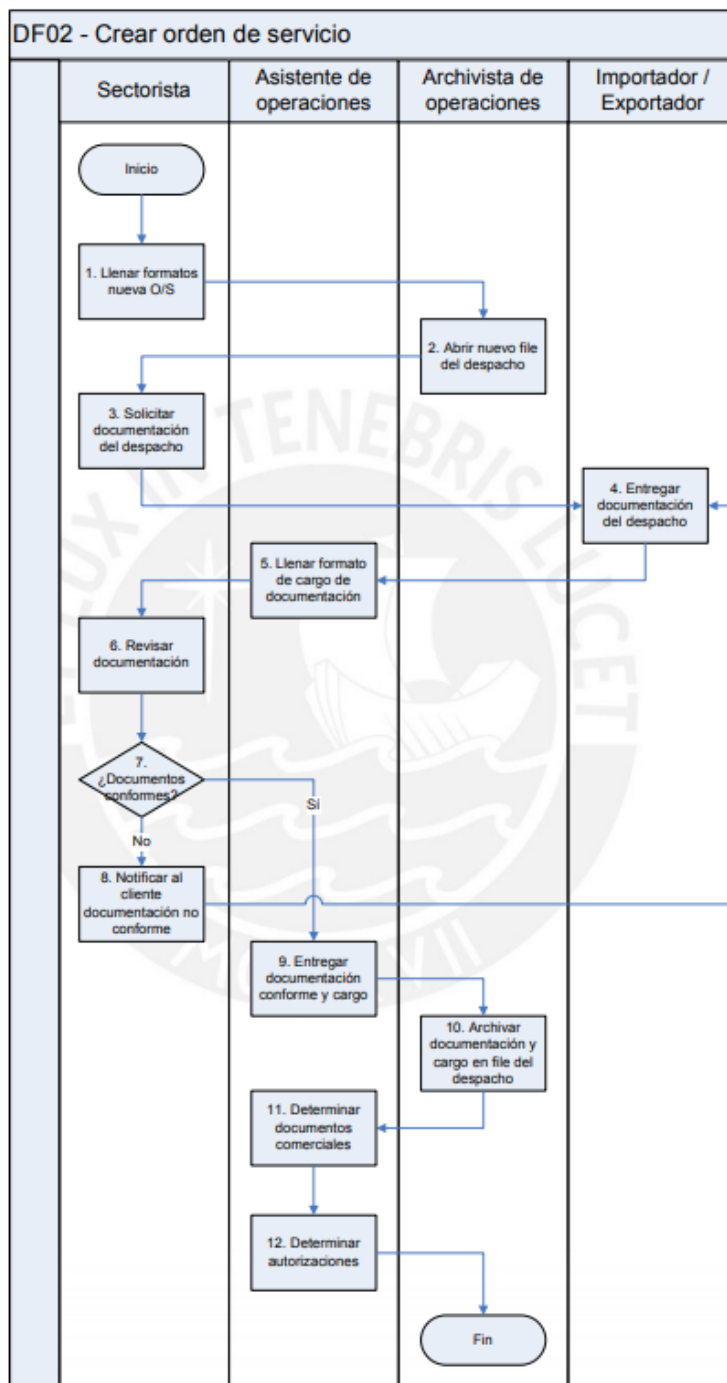
CLIENTE	RUC	DIRECCION
L & T TECHNOLOGIA S.A.C.	20600264916	JR. BAMBAS NRO. 407 URB. LIMA CERCADO LIMA - LIMA - LIMA
BALANZAS VEGASYSTEMS SAC	20538778690	CAL.LAS COLINAS MZA. N1 LOTE. 3 URB. LAS FRESAS (ALT. CDRA. 50 Y 51 AV. ELMER FAUCETT)
VERA CONDORI JOSE LUIS	10702360493	AV. ARGENTINA NO. 460 INT F-10 GALERIA COMERCIAL MALVITEC
ASIA PRINT CENTER S.A.C.	20550483042	PJ. NUEVA ROSITA NRO. 165 URB. LIMA CERCADO LIMA - LIMA
GOOD SYSTEMS EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	2053850626	JR. JORGE CHAVEZ NRO. 1577 URB. AZCONA LIMA - LIMA - BREÑA
VERATEC GROUP PERU S.A.C.	20603854081	AV. REPUBLICA DE ARGENTINA NRO. 460 INT. E45 URB. LIMA INDUSTRIAL (CENTRO COMERCIAL MALVITEC)
IMPORTACIONES TAKANA CAR S.A.C.	20557075969	AV. MEXICO NRO. 1345 (PARINACOCHAS MEXICO) LIMA - LIMA
TEKA KÜCHENTECHNIK PERU S.A.	20556230154	AV. EL EJERCITO NRO. 455 LIMA - LIMA - MIRAFLORES
ROKASD DISTRIBUCIONES E.I.R.L.	20546303790	JR. AYACUCHO NRO. 550 INT. 15 LIMA - LIMA
IMPORTACIONES DATACELL E.I.R.L.	20603269251	JR. CUZCO NRO. 142 LIMA - LIMA
IMPORTACIONES GENERALES MARCEL S.A.C.	20568757603	AV. JOSE CARLOS MARIATEGUI NRO. 797 URB. CERCADO JUNIN - HUANCAYO - EL TAMBO
MACROTECNICA SERVICIOS GENERALES SAC	20543928691	AV. GUILLERMO DANSEY NRO. 449 LIMA - LIMA
GRUPO PLAST & ELECTRIC S.A.C.	20605321047	AV. ARGENTINA NRO. 215 INT. BD1 CENTRO COMERCIAL NICOLINI, 215, PASAJE 4, TIENDA BD1 LIMA
APORTECNICA S.A.C.	20538525210	CAL.RICARDO ALVARADO NRO. 1340 URB. CHACRA RIO SUR LIMA - LIMA
RTS IMPORT S.A.C	20600739116	CAL.CAROLINA FREYRE DE JAIMES NRO. 179 URB. PANDO IV ETAPA (ALT CDRA 7 DE AV UNIVERSITARIA)
ALPHA CLOTHING E.I.R.L.	20601513405	CAL.MANUEL ALMENARA NRO. 140 DPTO. 901 URB. BARRIO MEDICO LIMA - LIMA - SURQUILLO
AQUINO MENESES GOTARDO	10438716535	MZA. C LOTE. 9 ASC. EX FUNDO CHACRACERRO (GERARDO UNGER MZ. G LT. 5) LIMA - LIMA - COMAS
ACUARIO ROKASD S.A.C.	20604920036	JR. AYACUCHO NRO. 550 INT. 20 LIMA - LIMA
P.F.H.LAB MEDIC E.I.R.L	20512588868	JR. ICA NRO. 727 BAR. BARRIO MONSERRATE (SEGUNDO Y TERCER PISO) LIMA - LIMA
ESTUCHES CAMILITA IMPORT E.I.R.L.	20600583663	JR. ICA NRO. 140 INT. 116 URB. LIMA CERCADO (JR DE LA UNION 446 TIENDA 116) LIMA - LIMA
MACANA S.A.C	20538481336	JR. TIZIANO NRO. 402 (ESPALDA BRITANICO JAVIER PRADO YSAN LUIS) LIMA - LIMA - SAN BORJA

Fuente: Blog Aduanas S.A.C

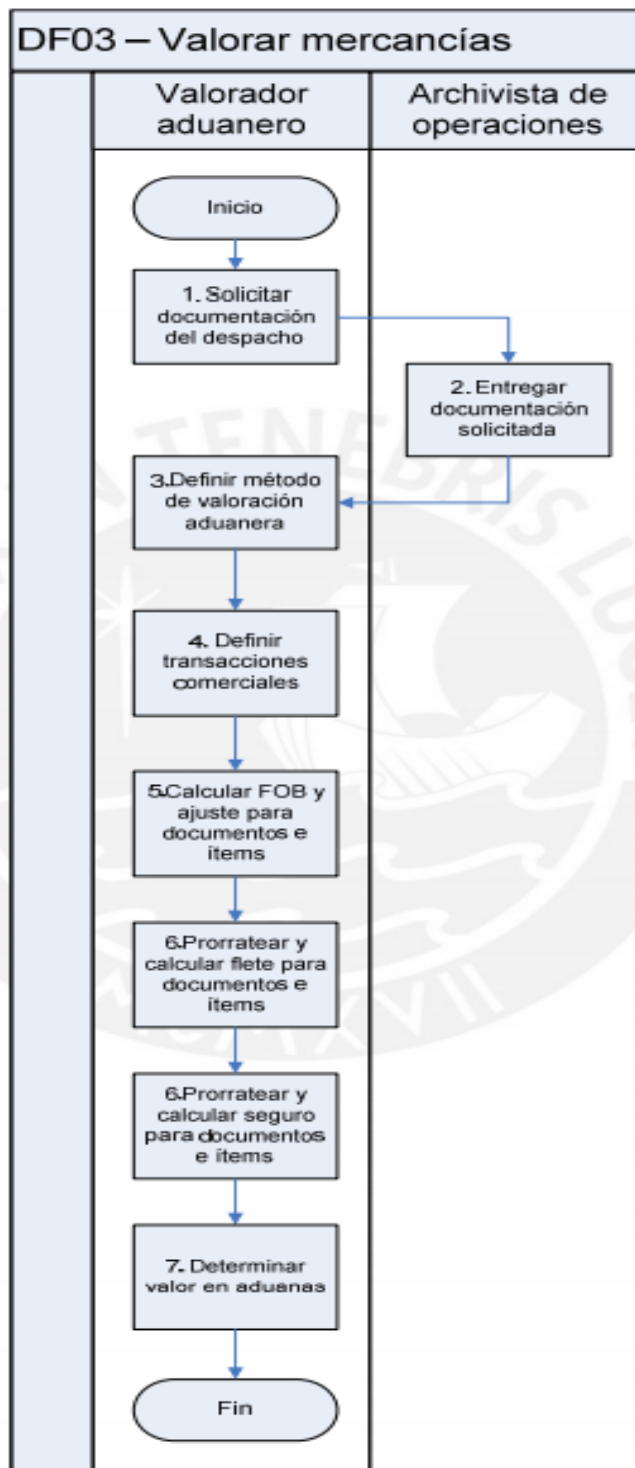
Anexo 6: proceso operativo de importación



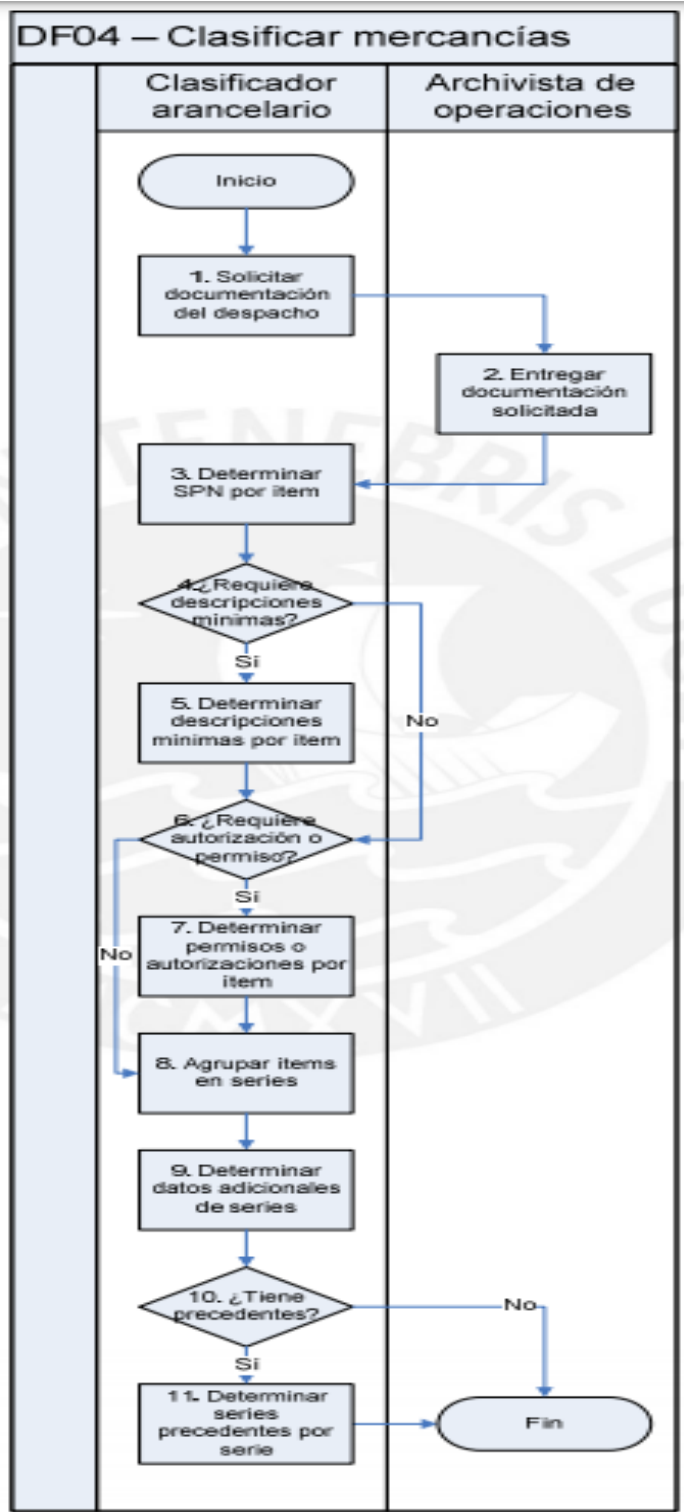
Fuente: Armestar y Vargas (2008)



Fuente: Armestar y Vargas (2008)

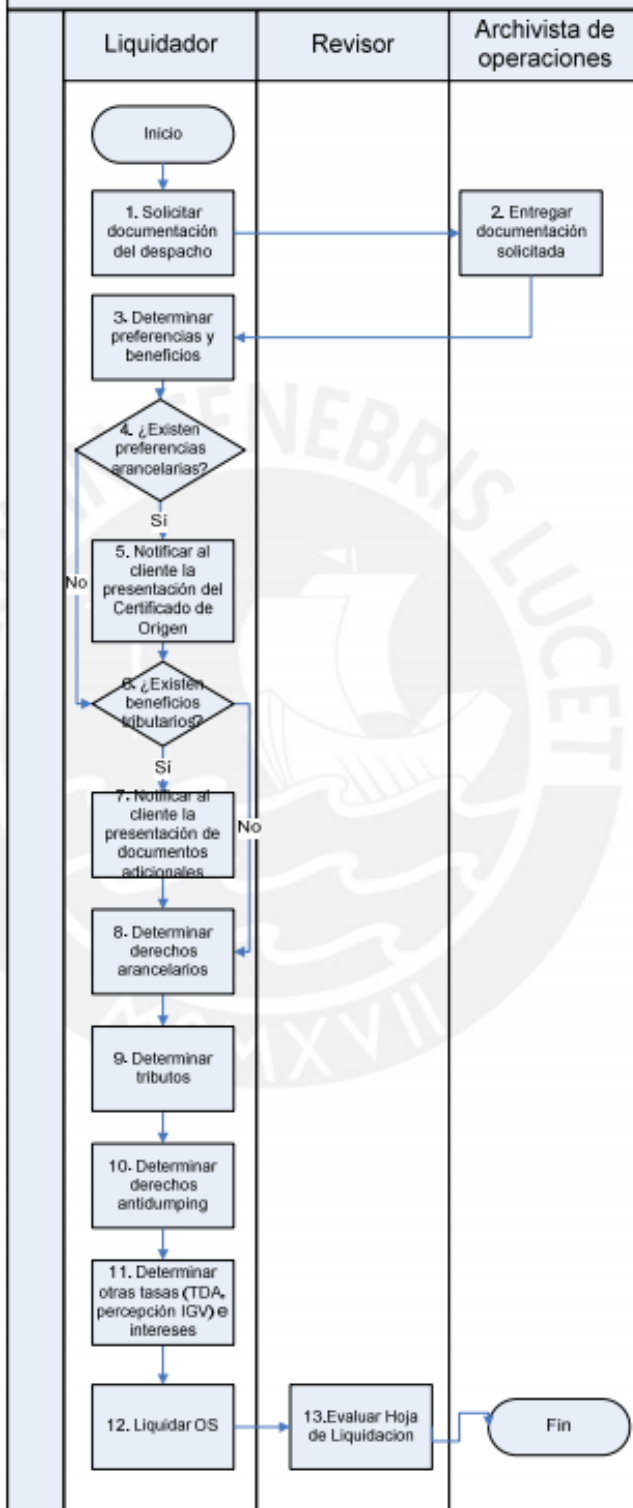


Fuente: Armestar y Vargas (2008)

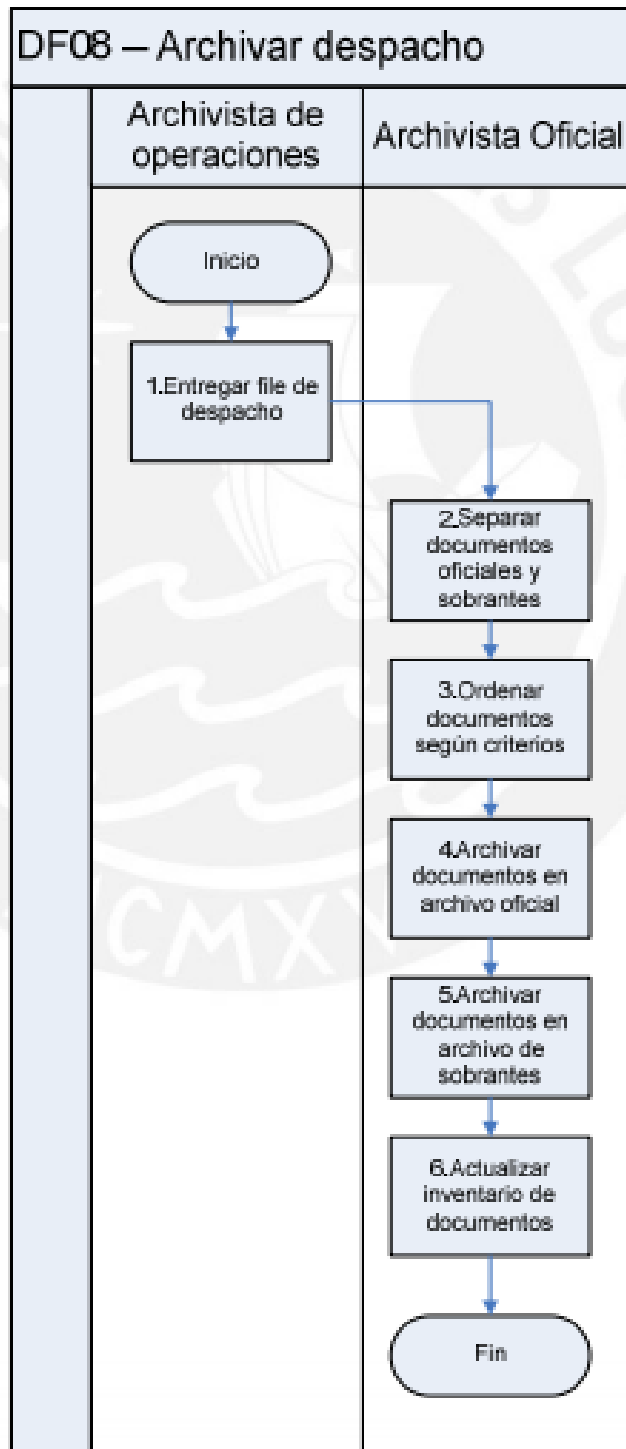


Fuente: Arместar y Vargas (2008)

DF05 - Liquidar derechos arancelarios y tributos



Fuente: Armestar y Vargas (2008)



Fuente: Armestar y Vargas (2008)