



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

“Trazabilidad en el proceso de importación y la calidad de servicio  
en la agencia MEGADUANAS PERU SAC - San Miguel 2019”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Licenciada en Negocios Internacionales

**AUTORA:**

Torres Calle, Katty Sugei ([orcid.org/0000-0003-4977-2864](https://orcid.org/0000-0003-4977-2864))

**ASESOR:**

Dr. Lessner Augusto, Leon Espinoza ([orcid.org/0000-0002-9983-8967](https://orcid.org/0000-0002-9983-8967))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Marketing y Comercio Internacional

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

**CALLAO - PERÚ**

**2019**

## **DEDICATORIA**

El estudio realizado va para mi familia ya que con su apoyo y comprensión en este largo camino me ha podido apoyar en los malos momentos, lo cual fue fundamental para poder salir adelante y no dejarme vencer por la adversidad, de igual manera a nuestro padre celestial que desde arriba nos ha iluminado por el buen camino, guiándome y cuidándome con su manto sagrado.

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, agradecer a todas las personas que creyeron en mí y sabían que iba a lograr Cumplir mis metas. A la universidad por brindarme su apoyo y a la asesora que con su paciencia supo orientarme a realizar mi tesis.



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**


**DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL**  
**Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, Lessner Augusto León Espinoza, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Programa académico de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo Sede Callao, asesor de la tesis titulada: “Trazabilidad en el proceso de importación y la calidad de servicio en la agencia MEGADUANAS PERU SAC - San Miguel 2019” de la autora KATTY SUGEI TORRES CALLE, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 30.00% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Callao, 6 de febrero del 2024

Apellidos y Nombres del Asesor:  León Espinoza, Lessner Augusto	
DNI:  07725199	Firma  
ORCID  <a href="https://orcid.org/0000-0002-9983-8967">https://orcid.org/0000-0002-9983-8967</a>	




**Declaratoria de Originalidad del Autor**

Yo, KATTY SUGEI, TORRES CALLE egresada de la Facultad de CIENCIAS EMPRESARIALES de la Escuela Profesional NEGOCIOS INTERNACIONALES de la Universidad César Vallejo Sede Callao, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan a la tesis titulada: “Trazabilidad en el proceso de importación y la calidad de servicio en la agencia MEGADUANAS PERU SAC - San Miguel 2019” es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la tesis:

1. No ha sido plagiado ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicado ni presentado anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Callao, 22 de noviembre del 2023

TORRES CALLE, KATTY SUGEI	
DNI: 46852435	
ORCID: <a href="https://orcid.org/0000-0003-4977-2864">https://orcid.org/0000-0003-4977-2864</a>	

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR	v
ÍNDICE DE CONTENIDO	vi
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	7
III. METODOLOGÍA	17
3.1. Tipo y diseño de investigación	17
3.2. Variables y Operacionalización	18
3.3. Población, muestra y muestreo	23
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	24
3.5. Procedimientos	28
3.6. Método de análisis de datos	28
3.7. Aspectos éticos	28
IV. RESULTADOS	29
V. DISCUSIÓN	42
VI. CONCLUSIONES	47
VII. RECOMENDACIONES	48
	vi

REFERENCIAS	49
ANEXOS	57

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> <i>Alfa de Cronbach</i>	25
<b>Tabla 2.</b> <i>Evaluación de la confiabilidad de la variable 1</i>	26
<b>Tabla 3.</b> <i>Análisis de los casos relacionados con la variable 1</i>	26
<b>Tabla 4.</b> <i>Evaluación de la confiabilidad de la variable 2</i>	26
<b>Tabla 5.</b> <i>Análisis de los casos relacionados con la variable 2</i>	27
<b>Tabla 6.</b> <i>Evaluación de la confiabilidad de la variable 1 y la variable 2</i>	27
<b>Tabla 7.</b> <i>Análisis de los casos relacionados con la variable 1 y la variable 2</i>	27
<b>Tabla 8.</b> <i>Descripción de las opciones de respuesta en la dimensión 1 de la variable 1: Trazabilidad Hacia Adelante</i>	29
<b>Tabla 9.</b> <i>Descripción de las opciones de respuesta en la dimensión 2 de la variable 1: Trazabilidad Interna</i>	30
<b>Tabla 10.</b> <i>Descripción de las opciones de respuesta en la dimensión 3 de la variable 1: Trazabilidad por Detrás</i>	31
<b>Tabla 11.</b> <i>Descripción de las opciones de respuesta en la dimensión 1 de la variable 2: Elementos Tangibles</i>	32
<b>Tabla 12.</b> <i>Descripción de las opciones de respuesta en la dimensión 2 de la variable 2: Fiabilidad</i>	33
<b>Tabla 13.</b> <i>Descripción de las opciones de respuesta en la dimensión 3 de la variable 2: Capacidad de Respuesta</i>	34
<b>Tabla 14.</b> <i>Descripción de las opciones de respuesta en la dimensión 4 de la variable 2: Seguridad</i>	35
<b>Tabla 15.</b> <i>Descripción de las opciones de respuesta en la dimensión 5 de la variable 2: Empatía</i>	36
<b>Tabla 16.</b> <i>Prueba de normalidad</i>	37
<b>Tabla 17.</b> <i>Rangos de Correlación</i>	38



<b>Tabla 18.</b> <i>Análisis de la correlación de Rho De Spearman entre variable 1 y variable 2</i>	38
<b>Tabla 19.</b> <i>Análisis de la correlación de Rho de Spearman entre Trazabilidad Hacia Adelante y Calidad de servicio</i>	39
<b>Tabla 20.</b> <i>Análisis de la correlación de Rho de Spearman entre Trazabilidad Interna y Calidad de servicio</i>	40
<b>Tabla 21.</b> <i>Análisis de la Correlación De Rho De Spearman entre Trazabilidad por Detrás y Calidad de servicio</i>	41

## ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS

<b>Figura 1.</b> <i>Gráfico descriptivo de la dimensión 1 de la variable 1: Trazabilidad Hacia Adelante</i>	29
<b>Figura 2.</b> <i>Gráfico descriptivo de la dimensión 2 de la variable 1: Trazabilidad Interna</i>	30
<b>Figura 3.</b> <i>Gráfico descriptivo de la dimensión 3 de la variable 1: Trazabilidad por Detrás</i>	31
<b>Figura 4.</b> <i>Gráfico descriptivo de la dimensión 1 de la variable 2: Elementos Tangibles</i>	32
<b>Figura 5.</b> <i>Gráfico descriptivo de la dimensión 2 de la variable 2: Fiabilidad</i>	33
<b>Figura 6.</b> <i>Gráfico descriptivo de la dimensión 3 de la variable 2: Capacidad de Respuesta</i>	34
<b>Figura 7.</b> <i>Gráfico descriptivo de la dimensión 4 de la variable 2: Seguridad</i>	35
<b>Figura 8.</b> <i>Gráfico descriptivo de la dimensión 5 de la variable 2: Empatía</i>	36

## RESUMEN

El vigente trabajo de investigación tiene como objetivo determinar la relación entre la “Trazabilidad en el proceso de importación y la calidad de servicio en la agencia MEGADUANAS PERU SAC - San Miguel 2019” esto nos llevó a investigar por distintas fuentes de investigación.

El método que se utilizó en el trabajo de investigación fue hipotético deductivo el cual tuvo un enfoque cuantitativo, de tipo aplicada con un nivel explicativo descriptivo - correlacional no experimental transversal. El trabajo de investigación se constituyó por una población de 35 y de muestra 32 cliente frecuentes de la agencia de aduanas “MEGADUANAS PERU SAC”. Como herramienta de medición se realizó un cuestionario, en base a 20 preguntas en escala de Likert, después se pasó a comparar mediante el software estadístico SPSS 23, con un alfa general de Cronbach de 0.956 %, lo cual representa la confiabilidad, esto quiere decir que la fiabilidad del instrumento que se utilizó y de las preguntas en general los resultados que se obtuvieron fueron muy altos y estará adecuado para ser aplicado a la muestra en general.

**Palabras clave:** *Trazabilidad en el proceso de importación, calidad de servicio.*

## **ABSTRACT**

The current research work aims to determine the relationship between “Traceability in the import process and the quality of service in the MEGADUANAS PERU SAC Agency - San Miguel 2019” this led us to investigate by different research sources.

The method that was used in the research work was hypothetical deductive which had a quantitative approach, of applied type with a descriptive level correlational descriptive - non-experimental transversal. The research work was constituted by a population of 35 and shows 32 frequent clients of the customs agency “MEGADUANAS PERU SAC”. As a measurement tool, a questionnaire was made, based on 20 questions on the Likert scale, then it was compared using the statistical software SPSS 23, with a general Cronbach alpha of 0.956, which represents reliability, this means that The reliability of the instrument that was used and of the questions in general the results that were obtained were very high and will be adequate to be applied to the sample in general.

**Keywords:** *Traceability in the import process, quality of service.*

## **I. INTRODUCCIÓN**

Las empresas se encuentran en un constante estado de transformación en la actualidad, lo que les exige mantener altos niveles de competitividad. La diferenciación entre empresas radica en la forma en que llevan a cabo sus operaciones, y el servicio de calidad ha evolucionado, transformándose en la herramienta esencial para sobrevivir en los mercados altamente competitivos. En el ámbito logístico, uno de los logros más destacados ha sido la capacidad de ofrecer a los clientes la posibilidad de rastrear su mercancía en tiempo real durante todo el proceso logístico, brindándoles información actualizada sobre el estado de sus productos hasta que llegan a su destino final. El progreso tecnológico y los avances notables en las telecomunicaciones y herramientas en línea han posibilitado que este fenómeno permita una trazabilidad completa de la mercancía en el proceso de importación en la actualidad.

Esta estrategia conlleva a alcanzar una ventaja significativa de la competencia, es decir, el establecimiento de relaciones sólidas con los clientes, lo que a su vez se traduce como un mejoramiento en el servicio ofrecido de calidad. Esta mejora se debe principalmente a la capacidad de proporcionar información oportuna gracias a procesos integrados que ofrecen una visión completa del recorrido de la mercancía, desde su origen hasta su llegada al almacén del cliente. Esta transparencia es esencial en la red logística para establecer una confianza con el cliente y garantizar que estén informados en todo momento sobre el estado y ubicación de sus productos, lo que finalmente se traduce en una experiencia de cliente satisfactoria y lealtad a largo plazo.

Según Pymex, el panorama actual del comercio exterior en Perú cuenta con alrededor de 300 agencias de aduanas. Estas agencias desempeñan un papel crucial en la cadena logística, siendo esenciales tanto para empresas como para personas involucradas en la actividad de exportar e importar. Dada la intensa competencia que caracteriza a este sector, la calidad de los servicios prestados adquiere un rol fundamental, ya que tiene un impacto directo en el cliente y su satisfacción, el triunfo de una agencia de aduanas radica en su capacidad para satisfacer plenamente a sus clientes, lo que resulta en la fidelización de estos y, en

consecuencia, en la consolidación de la empresa como un actor competitivo en este dinámico mercado.

El Grupo Empresarial COEX, con la experiencia de 35 años predecesores en el intercambio internacional de comercio, claro ejemplo destacado de este ámbito. Ofrece servicios de transporte nacional e internacional, intermediación aduanera y almacenamiento. Su compromiso con la eficiencia se refleja en sistemas de comunicación avanzados, modelos logísticos innovadores, asesoría en línea y herramientas digitales. También han implementado un sistema de trazabilidad para el monitoreo en tiempo real de las cargas, asegurando la calidad y satisfacción del cliente. Además, cuentan con certificaciones internacionales, como BASC, ISO 9001 y membresía en ANALDEX, respaldando su compromiso a través de seguridad y calidad regido por un alto estándar.

Se comprende que la empresa peruana GRUPO BEAGLE, con la experiencia de 25 años, destaca en el rubro comercial como uno de los cinco principales operadores de comercio exterior en la región. Sus divisiones BEAGLE AGENTES DE ADUANA y BEAGLE SHIPPING son clave en la cadena de suministro. Ofrecen servicios ágiles, oportunos y trazabilidad completa mediante herramientas en línea como BEAGLE NET, permitiendo a los clientes acceder a información en tiempo real. Estas innovaciones añaden un alto valor a sus servicios, garantizando la puntualidad de los envíos y la satisfacción de los clientes. GRUPO BEAGLE ha obtenido certificaciones de calidad, incluyendo el ISO 9001 y la CERTIFICACION BASC versión 04-2014, respaldando su compromiso con estándares de calidad y seguridad elevados.

La SUNAT, como entidad recaudadora, tiene como principal misión la gestión nacional de tributos y la supervisión de las conceptualizaciones relacionadas con los tributos y los no tributos que la ley le ha encomendado. Esto, a su vez, contribuye a asegurar los medios indispensables para preservar la solidez financiera, una macroeconomía estable y la implementación eficaz de las regulaciones legales es esencial para garantizar un funcionamiento adecuado en el ámbito fiscal. La regulación de estos aspectos juega un rol esencial en la prevención y combate de infracciones fiscales y aduaneras, contribuyendo así a la

integridad del sistema tributario y aduanero en consonancia con las facultades otorgadas. Asimismo, la SUNAT se enfoca en promover y supervisar la ejecución nacional de la política aduanera y en las operaciones internacionales de bienes, individuos y medios de transporte. Esto conlleva a facilitar las distintas operaciones del comercio internacional, asegurando un flujo eficiente y regulado de mercancías y personas garantizando que se cumplan los acuerdos, alianzas internacionales y normativas aplicables.

De hecho, actualmente las empresas compiten en un contexto en el que los clientes ocupan un papel central. Ya no se trata solo de atraer a los clientes, sino de proporcionarles servicios de alta calidad. Mantener a los clientes informados en cada etapa de su proceso logístico es esencial y se posiciona como una meta esencial para las entidades. Esta atención a los detalles y mantener al cliente satisfecho son determinantes en la diferenciación de entidades en un mercado altamente competitivo. Esto conlleva a que todas las áreas funcionales de la organización colaboren estrechamente para ofrecer respuestas óptimas a las expectativas al cliente.

Conocemos que MEGADUANAS PERU SAC, localizada en San Miguel, es una empresa peruana con una amplia trayectoria en el ámbito aduanero. Ofrecen su experiencia en la gestión de diversos tipos de cargas, que incluyen desde cargas ligeras y frágiles hasta cargas pesadas con requisitos especiales, entre otros. A ello se le suma que se encargan de todos los aspectos aduaneros y legales relacionados con la importación de mercancías al territorio nacional. Radica su objetivo en calidad de servicio alta con el fin de satisfacer plenamente a sus clientes. Sin embargo, se ha observado que enfrentan desafíos al proporcionar información en la etapa final de la entrega de mercancía en el proceso de importación. Esto se debe a la falta de un sistema actualizado y a la coordinación deficiente en el departamento de operaciones. Esta situación ocasiona dificultades al momento de comunicar información puntual al cliente, lo que a su vez provoca una necesidad al cliente de contactar a la agencia para obtener información sobre el estado de su carga.

La empresa MEGADUANAS PERU SAC busca inspirarse en dos referentes del sector. En primer lugar, Grupo Empresarial Coex, una entidad con una destacada posición en el mercado internacional. Esta compañía se distingue por proporcionar un servicio integral al cliente y un sistema de envíos con rastreo, lo que resulta en una eficiencia notable en la calidad del servicio. Por otro lado, Beagle Agentes de Aduanas, una empresa nacional con una cartera de clientes de renombre, que brinda a sus clientes la posibilidad de obtener información en tiempo real sobre su mercancía. MEGADUANAS PERU SAC tiene como objetivo ampliar su conocimiento acerca de los beneficios de la trazabilidad en el proceso de importación. Esta mejora en la gestión permitirá no solo brindar una mejor calidad de servicio, sino también mantener y fidelizar a los clientes, un requisito esencial en la competencia organizacional de la actualidad mercantil manteniendo su sostenibilidad. Cabe destacar, esta optimización puede traducirse en un incremento de los ingresos económicos y conduce a que la rentabilidad se incremente.

Por esta razón, este análisis necesita brindar una respuesta a la siguiente interrogante: "¿Qué relación existe entre la trazabilidad en el proceso de importación y la calidad de servicio en la agencia MEGADUANAS PERU SAC – San Miguel 2019?". De igual modo, se tienen en cuenta los siguientes problemas específicos, empezando por: "¿Qué relación existe entre trazabilidad hacia adelante con la calidad de servicio de agencia MEGADUANAS PERU SAC – San Miguel 2019?"; continuamos con, "¿Qué relación existe entre la trazabilidad interna de la carga con la calidad de servicio de la agencia MEGADUANAS PERU SAC – San Miguel 2019?"; y terminamos con, "¿Qué relación existe entre la trazabilidad atrás con la calidad de servicio de la agencia MEGADUANAS PERU SAC – San Miguel 2019?".

Por ende, según Ñaupas Paitán et al. (2014), la justificación implica establecer los motivos que justifican la realización de la indagación, y estas explicaciones se pueden clasificar en tres categorías: teóricas, metodológicas y sociales.

En lo que respecta a la justificación teórica, es evidente que existe una brecha en nuestro entendimiento sobre el vínculo del servicio de calidad ofrecido al



comprador y satisfacer lo que requerido por el mismo, así como los beneficios que esto puede conllevar. Por lo tanto, este estudio se plantea como una valiosa herramienta para ampliar nuestro conocimiento acerca de dar relevancia a la calidad ofrecida en el servicio y los resultados positivos que puede generar el cumplimiento de satisfacer al cliente.

La justificación metodológica de esta investigación se basa en un enfoque descriptivo, ya que se pretende identificar, describir y analizar minuciosamente las variables en cuestión, tanto la variable independiente, "Calidad de Servicio", como la variable dependiente, "Satisfacción del Cliente". Para llevar a cabo este análisis, se empleará la técnica de encuestas como método para establecer relaciones entre estas variables, utilizando como herramienta principal un cuestionario.

En cuanto a la justificación social, es importante resaltar que en el contexto de avances tecnológicos constantes, las empresas tienen la oportunidad de mejorar su comunicación con los clientes. Esto no solo permite mantener a los clientes bien informados, sino que también contribuye al desarrollo de un ambiente de trabajo favorable en el área de operaciones. Un entorno laboral ágil y eficiente es esencial para cultivar relaciones sólidas con los clientes en el caso de la empresa MEGADUANAS PERU SAC.

Por lo tanto, la fijación de objetivos se plantea de la siguiente manera: el objetivo general es " Determinar la relación que existe entre la trazabilidad en el proceso de importación y la calidad de servicio de los clientes en la agencia MEGADUANAS PERU SAC – San Miguel 2019". Asimismo, como primer objetivo específico se propone " Determinar la relación que existe entre la trazabilidad hacia adelante con la calidad de servicio de la agencia MEGADUANAS PERU SAC – San Miguel 2019". Del mismo modo, como segundo objetivo específico se persigue "Determinar la relación que existe entre la trazabilidad interna con la calidad de servicio de la agencia MEGADUANAS PERU SAC – San Miguel 2019". Finalmente, el tercer objetivo específico se enfoca en "Determinar la relación que existe entre la trazabilidad hacia atrás con la calidad de servicio de la agencia MEGADUANAS PERU SAC – San Miguel 2019".

En complemento, se formuló la hipótesis general: "Existe una relación significativa entre la trazabilidad en los procesos de importación en la calidad de servicio en la Agencia MEGADUANAS PERU SAC – San Miguel 2019". Por su parte, la primera hipótesis específica se enuncia como: " Existe una relación significativa entre la trazabilidad hacia adelante y la calidad de servicio en los clientes de la Agencia MEGADUANAS PERU SAC – San Miguel 2019". La segunda hipótesis específica se plantea de la siguiente manera: " Existe una relación significativa entre la trazabilidad interna y la satisfacción de los clientes de la Agencia MEGADUANAS PERU SAC – San Miguel 2019". Finalmente, la tercera hipótesis específica se describe como: " Existe una relación significativa entre la trazabilidad hacia atrás y la satisfacción de los clientes de la Agencia MEGADUANAS PERU SAC – San Miguel 2019".

## II. MARCO TEÓRICO

Dentro del contexto de esta investigación, se ha priorizado la revisión internacional de trabajos previos, como el de Adarme Jaimes et al. (2014) en su artículo titulado " Comportamientos Logísticos en la Distribución de Última Milla de Productos Alimenticios en Villavicencio, Colombia". El objetivo principal fue analizar el comportamiento de los clientes en la última etapa de la distribución de productos alimentarios en Villavicencio, centrándose en el transporte tradicional. Se realizaron encuestas tradicionales, influyendo en la percepción del servicio. La población objeto fue de 101,717 hogares. Se aplicó análisis estadístico descriptivo. La investigación combinó elementos cuantitativos y cualitativos. Los resultados mostraron un significativo vínculo en su correlación ( $r=0.78$ ,  $p < 0.04$ ) entre servicio de calidad ofrecido al comprador y satisfacer lo que requerido por el mismo, respaldando la validez de las hipótesis planteadas.

Gómez Mejía y Gutiérrez Murillo (2017) ha llevado a cabo en una institución universitaria en Colombia. Su trabajo, titulado " Reestructuración del sistema de trazabilidad de información de la empresa Aisa para mejorar niveles de servicio y fidelización de clientes", se centró en mejorar el sistema de trazabilidad en Aceros Industriales para ofrecer un nivel de servicio más eficiente y, en consecuencia, fidelizar a los clientes. En su metodología, emplearon el censo como la técnica de recabar datos, con una población total de 100 empleados, pero una muestra de seis vendedores del área comercial. Los resultados destacaron la falta de un sistema de trazabilidad, lo que obligaba a comisionistas acudir al departamento logístico en busca de detalles sobre los envíos a los clientes. La solución fue implementar un sistema para garantizar respuestas rápidas. Se esperaba mantener un nivel de servicio del 99% y reducir devoluciones en un 15%. La correlación de Pearson arrojó un valor del 0.845% con una significancia de 0.001, respaldando la eficacia del sistema. Este nuevo modelo incluyó la búsqueda de vehículos, seguimiento por GPS y movimientos de transbordo para proporcionar información oportuna a los clientes.

El estudio de Sánchez España (2017) realizado en la Universidad de Guatemala. Su investigación, titulada "Evaluación de la Calidad de Servicio al

Cliente en el Restaurante Pizza Diner de Gualán, Zacapa" fue presentada como tesis para obtener el título de "Administradora de Compañía en el Calidad Académico de Licenciada". El estudio evaluó la calidad del servicio en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualán utilizando el procedimiento ServQual. Se incluyeron opiniones de clientes, colaboradores y directivos a través de cuestionarios. La muestra consistió en 88 participantes. Se empleó la escala de Likert de 5 puntos en los cuestionarios y se utilizaron gráficos para presentar los resultados. Se encontró una correlación de Pearson del 0.923% con una significancia de 0.0011, indicando insatisfacción de los clientes. Las áreas con mayor descontento se relacionaron con elementos tangibles, capacidad de respuesta, empatía, confiabilidad y seguridad. Los empleados del restaurante juegan un papel fundamental en las expectativas de los consumidores al interactuar directamente con ellos.

El estudio realizado por Ros Gálvez (2016) en una universidad de España, titulado "Calidad percibida y satisfacción del usuario en los servicios prestados a personas con discapacidad intelectual," se buscó establecer relaciones entre la calidad del servicio, la satisfacción del consumidor, las conductas de los usuarios y la calidad de vida en el contexto de servicios para personas con discapacidad intelectual. Se empleó un modelo empírico que vinculó la calidad del servicio, la calidad percibida, la satisfacción del usuario y las intenciones de comportamiento. Para evaluar la calidad del servicio, se utilizó la técnica ServQual, basada en las percepciones de los usuarios. La población de estudio incluyó a 141 familias (el 50.36% de la población total) cuyos hijos recibían apoyo educativo de ASTRADE. Se analizaron 141 encuestas válidas con el software SPSS V.21. El instrumento de medición tenía cinco dimensiones y 22 ítems, administrados a través de encuestas en línea con una escala de Likert de 7 puntos. Las conclusiones destacaron la multidimensionalidad de la calidad del servicio, con énfasis en aspectos tangibles como instalaciones modernas y materiales educativos atractivos. Los familiares expresaron alta satisfacción con los servicios de apoyo educativo de ASTRADE, fundamentales para mejorar la calidad de vida de sus hijos con discapacidad intelectual.

Según el estudio de Ospina Pinzón (2015) titulado "Calidad de servicio y valor en el transporte intermodal de mercancías. Un modelo integrador de antecedentes y consecuentes desde la perspectiva del transitario," realizado para obtener el título de doctor en la Universidad de Valencia, se planteó como objetivo principal aportar conocimientos sobre la formación de la calidad de servicio y el valor en la gestión del transporte de mercancías. La investigación se centró en examinar el papel de variables como la imagen y las tecnologías de la información y comunicación (TIC) en la relación entre las empresas de la cadena logística, con el objetivo de comprender los efectos en la satisfacción del cliente y la lealtad. Empleó un enfoque cualitativo para identificar variables claves relacionadas con la calidad del servicio. La población de estudio incluyó 205 empresas multinacionales de transporte en España, que operaban en tres modos principales: aéreo, terrestre y marítimo. Se recopilaron datos a través de entrevistas con cuestionarios, y se midió la variable de información y comunicaciones de segundo orden, con una alta confiabilidad (alfa de Cronbach 0,8942 y IFC 0,8982). El estudio identificó tres enfoques clave en la literatura: calidad de servicio en la distribución física, calidad de servicio logístico y el uso de la escala SERVQUAL en el ámbito logístico, con un enfoque en la perspectiva americana y la escala ServQual.

Según la investigación de Droguett Jorquera (2012) realizada en la Facultad de Chile y titulada "Calidad y satisfacción en el servicio de los clientes de la industria automotriz: análisis principales factores que afectan a evaluación de los clientes," con el propósito de obtener el título de "Ingeniero Comercial, mención en Administración." Este estudio investigó la insatisfacción en la industria automotriz y su impacto en las decisiones de los consumidores. Se utilizó el modelo de medición ServQual y se encuestaron 1,460 clientes en Chile que utilizaron servicios de reparación y mantenimiento autorizados. Los resultados resaltaron la influencia de la calidad del servicio en la actitud de los consumidores hacia la marca, con experiencias previas que afectan las recomendaciones y compras futuras. Se identificaron dos métodos de servicio: el proceso de ventas y el servicio al vehículo, destacando la importancia de brindar una excelente experiencia en el servicio al vehículo para mejorar la satisfacción y la fidelidad de los clientes en la industria automotriz.

A nivel nacional, Salirrosas Leiva (2019), en su artículo titulado "Control Interno de Mercaderías en Empresas Comerciales del Perú: Estudio de Caso Distribuciones Continental SAC, Trujillo, 2018", se propuso principalmente describir y analizar las características del control interno de mercaderías en empresas dedicadas a la comercialización de productos plásticos en el Perú, con un enfoque específico en el caso de Distribuciones Continental SAC en Trujillo durante el año 2018. El estudio se llevó a cabo mediante un diseño descriptivo no experimental, que incluyó la aplicación de un cuestionario compuesto por 10 preguntas dirigidas al gerente general y al personal del almacén. Los resultados de la investigación revelaron que el control interno de mercaderías y distribución arrojó hallazgos significativos en términos de independencia, respaldados por el análisis inferencial de tablas de contingencia y pruebas no paramétricas destinadas a variables cualitativas. Además, el coeficiente de correlación de Spearman, con un valor de 0.865 y una significancia de 0.001 menor a 0.005, confirmó la validez de las hipótesis planteadas en el estudio, respaldando su veracidad.

De acuerdo a la investigación de Gonzales 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" presentada para la obtención del título de Licenciado en Negocios Internacionales, se planteó como objetivo principal de la investigación fue establecer la relación entre la calidad del servicio logístico, la satisfacción y la lealtad de los importadores de teléfonos celulares en 2018. Se empleó una metodología cuantitativa y correlacional para analizar 34 de las 36 empresas importadoras como muestra. Los resultados mostraron una correlación significativa ( $r=0.856$ ,  $p < 0.05$ ) entre la calidad del servicio logístico y la satisfacción de las empresas importadoras, respaldando la hipótesis alternativa. La calidad del servicio logístico obtuvo la puntuación más alta (91.18%), indicando que los ejecutivos y coordinadores brindan un servicio de alta calidad. El 82.3% expresó satisfacción, mientras que el 17.6% se mantuvo indeciso.

Gonzalez Perez (2018), presentó su investigación titulada "Sistema informático de trazabilidad de control y seguimiento de los despachos para la empresa TLI Aduanas – Callao 2016", como parte de su búsqueda del título de Ingeniero en Informática y Sistemas. Su objetivo primordial fue desarrollar un

sistema informático de trazabilidad para controlar y dar seguimiento a los envíos gestionados por TLI Aduanas SAC. La metodología se centró en aspectos tecnológicos para crear una aplicación que optimizara el proceso existente. La población y muestra estuvieron compuestas por los 27 empleados de la empresa. Las entrevistas y encuestas, tanto abiertas como cerradas, proporcionaron datos valiosos. Los resultados incluyeron el control de los gastos de la agencia, facilitando el seguimiento de procesos y facturación a los clientes. En resumen, el uso de RUP y UML fue fundamental para el desarrollo del proyecto, lo que permitió alcanzar con éxito los objetivos iniciales de la tesis.

Según Fajardo Cortez (2017), en su estudio titulado “Calidad de servicio y satisfacción del cliente de los operadores logísticos. Caso SCHARFF 2010 - 2016”. realizado para obtener el título de Licenciado en Negocios Internacionales, se buscó establecer la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en el contexto de operadores logísticos de Scharff durante el período 2010-2016. La metodología se basó en encuestas para recopilar datos relacionados con las dimensiones de investigación. Se optó por un enfoque cuantitativo, lo que permitió el uso de estadísticas inferenciales. El estudio se clasificó como transversal de naturaleza básica y adoptó un enfoque hipotético deductivo con un diseño no experimental. La población de estudio incluyó a los 129 clientes de la empresa. Se empleó el programa SPSS V.21 para analizar los datos, y se realizaron pruebas de confiabilidad, con un coeficiente alfa de Cronbach y una prueba de Spearman. Los resultados mostraron una correlación significativa ( $RHO = 0,899$ ,  $p < 0,05$ ) entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, respaldando la hipótesis alternativa y rechazando la nula.

Según Rios Chappell (2018), en su exploración titulada “Certificación OEA y calidad del servicio en la agencia de aduana Transoceanic S.A., Callao – 2018”. presentado como parte del proceso de obtención del título de Licenciado en Negocios Internacionales, se exploró la relación entre dos variables: la Certificación OEA y la calidad del servicio en la agencia de aduanas Transoceánica S.A. La metodología aplicada se basó en un enfoque hipotético deductivo, orientado a responder preguntas específicas, y se clasificó como no experimental, ya que implicó la recopilación de datos en un momento específico. El enfoque del estudio

fue cuantitativo y correlacional, dirigido a identificar similitudes entre ambas variables. La recolección de datos se realizó a través de encuestas utilizando un cuestionario compuesto por 20 ítems, dirigido a los 36 colaboradores del área operativa de la agencia. El análisis de datos se llevó a cabo mediante el software estadístico SPSS V.24, utilizando la prueba de confiabilidad Alfa de Cronbach para evaluar la relación entre las variables. Los resultados indicaron una correlación significativa ( $RHO = 0,904$ ,  $p < 0,05$ ) entre la Certificación OEA y la calidad del servicio, lo que respaldó la hipótesis de investigación y permitió rechazar la hipótesis nula.

Según Cerna Castillo (2017), en su exploración titulada “Calidad de Servicio y Satisfacción de los estudiantes de Administración en Turismo y Hotelería de la Universidad César Vallejo, Sede Lima Este – 2017”. En su investigación para obtener el título de "Maestro en Administración de Educación," se buscó establecer la relación entre variables y herramientas implementadas con el fin de mejorar la calidad del servicio y la satisfacción de los estudiantes de Administración en Turismo y Hotelería en la Universidad César Vallejo, Sede Lima Este. La metodología utilizada fue hipotético-deductiva, enfocándose en el estudio de operaciones y relacionando conceptos. La recopilación, análisis y presentación de datos se realizó mediante el coeficiente de correlación de Rho de Spearman con una muestra de 487 estudiantes, con un valor de  $Rho = 0,895$ , y una significancia bilateral de 0,000. Los resultados mostraron una correlación moderada entre la Calidad Académica y la satisfacción de los estudiantes. En resumen, se encontró una relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los estudiantes de Administración en Turismo y Hotelería en la Universidad César Vallejo, Sede Lima Este en 2017, y se estableció una correlación con la calidad de la gestión.

Según Benzaquen De las Casas (2013), en su artículo titulado “Calidad en las empresas latinoamericanas: El caso peruano”. Se realizó un estudio comparativo de nueve factores de calidad en empresas peruanas entre 2006 y 2011, utilizando grupos focales con expertos en gestión de calidad de servicio y encuestas a directivos de 3000 empresas. En 2006, se obtuvieron 245 respuestas válidas, repitiéndose la encuesta en 2011 con 212 respuestas reutilizables, formando una muestra de 65 empresas. La confiabilidad se midió con el coeficiente



Alfa de Cronbach. Los resultados indican una mejora en las prácticas de calidad de servicio entre 2006 y 2011, posiblemente impulsada por el crecimiento económico. En resumen, se evidencia una transición de la falta de prácticas de calidad de servicio a un desarrollo significativo, ya que las empresas peruanas buscaron mejorar su competitividad en los mercados globales mediante sistemas de calidad.

Las fuentes teóricas, en relación con la variable 1, incluyen estudios elaborados por expertos que abordan la Trazabilidad en el Proceso de Importación. Fernández Cabello (2014), indica que la trazabilidad en su concepto se basa en la exploración de huellas que deja un producto, mientras recorre por toda por la cadena logística antes de que llegue al usuario final. Al establecer la trazabilidad identificamos, tecnología utilizada, origen de la carga, control de la mercadería, relación con los proveedores y distribución de la mercadería (p.40).

Para Albán Salazar (2016), refiere que a trazabilidad hacia adelante tiene relación con el cliente final, ya que son los datos de la mercadería hacia el almacén del cliente, la trazabilidad interna se refiere a los movimientos internos dentro de la empresa, donde se encontrara almacenada y la logística hacia atrás es la relación que se da con los proveedores, la cual nos permite obtener información de la mercadería (p.50).

Según Arenal Laza (2019), refiere que la trazabilidad en el proceso de importación son aquellos procesos preestablecidos y autosuficientes por los cuales nos permite obtener información sobre el historial, la ubicación y el recorrido de los productos a lo largo de la cadena de suministro es crucial, el cual se dimensiona en la trazabilidad hacia adelante, trazabilidad interna y trazabilidad por detrás (p.50).

Por lo tanto, para la variable trazabilidad se trabajará con el autor Arenal Laza (2019), ya que nos explica detalladamente el concepto de trazabilidad y las dimensiones que se trabajaran son: trazabilidad hacia adelante, trazabilidad interna y trazabilidad por detrás.

En cuanto a la teoría de la cadena de valor de Michael Porter, nos indica que la cadena de valor básicamente es esencial para la empresa, la cual analiza las ventajas competitivas que tiene la empresa, la cual nos facilita el análisis de

diversas operaciones que se llevan a cabo y posibilita la desglose en distintas labores estratégicas notables con el fin de ver la conducta los gastos, las fuentes existentes y las oportunidades para destacarse.

Según Roben (2016), indica que la teoría de Michael Porter se basa en la sucesión de acciones el cual tiene por objeto de colocar valorizar a un servicio o producto el cual debe de ser triunfante en un mercado, mediante un planeamiento económico que sea viable. La cadena de valor admite posibilita a las empresas analizar exhaustivamente todas sus operaciones para optimizar cada etapa, construyendo así una ventaja competitiva. Dentro de la cadena de suministro, se pueden establecer tres objetivos fundamentales: mejorar los servicios ofrecidos, reducir los costos asociados y generar valor de manera efectiva (p. 10).

Según Pulido Carpio (2014). El manejo de la cadena de valor implica la integración de diversas actividades relacionadas con el flujo de productos desde el proveedor hasta el cliente final. Este enfoque abarca una compleja red de procesos internos y externos en cada empresa, que incluye la circulación y análisis de materiales. De similar modo, es significativo saber imaginar las esclarecimientos Las definiciones precisas proporcionadas por el Consejo de Profesionales de la Gestión de la Cadena de Valor, la autoridad más destacada a nivel global en el tema, señalan que la cadena de suministro conecta a diversas entidades, el cual se inicia con insumos sin procesar y concluye con la entrega de productos acabados al cliente, el cual nos indica que se da a partir de la obtención de materias primas terminas incluso entre del producto final al consumidor (p. 178).

Respecto a la segunda variable, se incorporaron investigaciones acerca de Calidad de Servicio. Según Checa Hinojo (2014), indica que la mejor manera de comprobar la calidad en un servicio es a través del modelo SERVQUAL de Zeithaml, Parasuraman y Berry (1985, 1988), ya que este modelo basa la calidad de servicio en la diferencia que existe entre lo que esperan los clientes los cuales reciben el servicio y lo que realmente reciben una vez consumido o atendido. Esta evaluación del servicio será más favorable cuanto más unidas estén ambas percepciones: la que se espera y la que se recibe. Este modelo está conformado

por 5 dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía (p. 20).

Según Chamorro Mera et al. (2007), describen calidad como el grupo de especificaciones intrínsecas del producto, la cual permite apreciarla como semejante, ya sea superior o menor que las restantes de su variedad, se trata de un elemento que tiene relación directa con el producto, independientemente de los términos utilizados, tanto para productos materiales como para servicios (p. 1).

Evans y Lindsay (2015) establece que cuando se refieren a la lealtad esto nos indica a cualquier trabajo planeada y sistemática la cual está encaminado a proveedores, proporcionar a los clientes productos y servicios de calidad adecuada, generando confianza en la satisfacción de sus necesidades. La gestión de calidad se orienta hacia la excelencia, abarcando diversos aspectos en el diseño y la verificación de bienes y servicios, que se da en el momento de la producción o elaboración y la distribución al consumidor final. (p. 89).

Considerando las perspectivas de varios expertos, para la variable calidad de servicio se trabajará con el autor Checa Hinojo (2014), ya que nos indica con precisión la definición de la segunda variable y sus dimensiones son: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

En particular, la teoría de la filosofía de Edwards Deming, fue la mejorar la calidad de productos y servicios reduciendo la incertidumbre y la variabilidad en el diseño, la fabricación y los métodos de servicio bajo la dirección superior. Esta habilidad de gestión busca inculcar un enfoque de calidad en todos los procesos organizativos.

Según Williams (2013) el TQM (calidad total) se logra mediante el ciclo de la mejora continua, la cual se fundamenta en 4 aspectos de Deming (1989), los cuales son: el ciclo de la mejora continua la cual se encuentra basada en lo que se indica a continuación. Planificar (Plan), en el cual se pretende instaurar indicadores de control, los objetivos propuestos, identificar y resolver el problema. Hacer (Do), en el cual se comprueba la aplicación y también se aplica el plan controladamente, se prepara de manera sistemática y extenuante lo previsto y se lleva a cabo las tareas

programadas correctamente. Comprobar (Check), aquí es donde se comprueba los objetivos alcanzados, chequea las acciones correctivas y se compara con los objetivos. Ajustar (Adjust) incrementar lo aprendido y sacar provecho (p. 390).

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo y diseño de investigación**

En relación con enfoque con el cual se trabajó fue de tipo cuantitativo por que se realizaron procedimientos numéricos estadísticos cuantificables. Según Sánchez Carlessi y Reyes Meza (2015) mencionan que este tipo de enfoque acepta operaciones de la recopilación de los datos y también se utiliza la estadística, o asumir el paradigma comprensivo y hermenéutico que define la investigación cualitativa y exponer las teorías utilizadas (p.51).

En lo que respecta al método de asignación de pesos, de acuerdo con lo señalado por Muñoz Rocha (2015), manifiesta que el tipo que se utiliza en la indagación es la aplicada, la búsqueda de expansión y aplicación de los términos adquiridos implica la necesidad de un marco teórico. Este enfoque se centra en confrontar la teoría con la realidad, buscando aplicarla a problemas específicos con características y situaciones particulares (p. 32).

Después, se optó por un diseño no experimental y transversal, siguiendo la perspectiva descrita por Hernández Sampieri et al., (2014), manifiesta que en la indagación no experimental se pueden comprobar las anomalías tal y como se dan, sin que se puedan cambiar las variables de estudio esto quiere decir que no se puede cambiar ninguna de ellas. Aquí solo se observa las cosas que suceden y luego se estudian (p.152). Del mismo modo, Hernández Sampieri et al., (2014), nos manifiesta que cuando hablamos de investigación transversal estas son aquellas que almacenan datos en un solo momento, en un tiempo determinado. Por ello tienen como objetivo el detallar las variables de estudio y analizar su impacto y conexión en un determinado momento. (p. 153).

Asimismo, se empleó método teórico hipotético – deductivo, según Muñoz Rocha (2015) es porque este método representa el proceso inverso, esto quiere decir que va desde lo general hasta lo particular. Comienzan como aseveraciones con rasgos de hipótesis, buscando contradecir o cuestionar estas premisas para obtener resultados que luego se confrontarán con la realidad de los acontecimientos (p.60).

Siguiendo la naturaleza del estudio, se clasificó como descriptivo-correlacional, conforme a Hernández Sampieri et al. (2014), manifiesta que es correlacional por que buscan determinar cuanta relación existe entre las muestras en un determinado en lugar (p. 94). Asimismo Hernández Sampieri et al. (2014), define que es descriptiva, debido a que busca detallar los aspectos más destacados de los fenómenos sujetos a análisis, identificando sus características más relevantes (p. 60).

### **3.2. Variables y Operacionalización**

Se identificó como Variable 1: Trazabilidad en el proceso de importación, y su conceptualización, de acuerdo con Arenal Laza (2019), refiere que a trazabilidad en el proceso de importación son aquellos procesos preestablecidos y autosuficientes los cuales nos da a ver el histórico, la ubicación y la trayectoria de la mercadería a lo largo de la cadena de suministro, el cual se dimensionan en trazabilidad hacia adelante tiene relación con el cliente final, ya que son los datos de la mercadería hacia el almacén del cliente, la trazabilidad interna se refiere a los movimientos internos dentro de la empresa, donde se encontrara almacenada y la Trazabilidad por detrás es la relación que se da con los proveedores, la cual nos permite obtener información de la mercadería (p.50).

Siguiendo la operacionalización definida, se optó por un método cuantitativo, abarcando las dimensiones Trazabilidad hacia adelante, Trazabilidad interna y Trazabilidad por detrás, se concretaron a través de indicadores seleccionados, utilizando la Escala de Likert como instrumento de medición. En cuanto a la dimensión inicial: Trazabilidad hacia adelante, según Arenal Laza (2019), se refiere que a trazabilidad hacia adelante tiene relación con el cliente final y se refiere a la distribución hacia el almacén del cliente (p.76). Como único indicador inicial fue Distribución de la Mercadería, según Escudero Aragón (2015), señala que se denomina distribución cuando la mercadería se traslada desde el almacén hasta el punto del cliente final, el cual se coordina con el transporte para el retiro de la mercadería (p. 167), por igual Mendoza (2013), indica que las empresas para distribuir la mercadería se enfocan en diferentes canales de distribución los cuales son importantes para el usuario final. (p.23).

La atención se centró en la segunda dimensión, abordando la Trazabilidad Interna, según Arenal Laza (2019), indica que la trazabilidad interna se refiere a los movimientos internos donde se utilizan la tecnología dentro de la empresa y donde se controla lo almacenado (p.81). El primer indicador fueron las Herramientas tecnológicas, según García-Valcárcel Muñoz-Repiso (2007), las empresas deben de utilizar modernas herramientas tecnológicas si no quiere ser desplazado del mercado y la tecnología no es solo una cuestión de procedimientos de fabricación, mejores maquinas sino también de dirección. Por lo tanto, las herramientas tecnológicas son importantes tanto para las diferentes empresas como para la enseñanza que se da en las universidades, nos proporciona una mejor calidad técnica para poder ofrecer a los diferentes clientes un mejor servicio (p.76). El segundo indicador se identificó al Control de Mercadería, según González Aguilar & Cabrale Serrana (2010), se constituye de cinco mecanismos los cuales están conectados y se derivan de la forma, cómo la administración que maneja el negocio, y están integrados a los procesos administrativos. Los componentes pueden considerarse como un ligado de normas que son utilizadas para calcular el Control Interno y establecer su asertividad (p. 23). Asimismo lo menciona Duran (2012), el control de mercadería son todos aquellos productos los cuales son inventariados por la empresa, para llevar el control del stock que posee y son importantes para sus ventas y pueda generar utilidad a la empresa (p.55).

Se culmina con la dimensión Trazabilidad por Detrás, según Arenal Laza (2019), se refiere a que la trazabilidad por detrás es la relación que se da con los proveedores, la cual nos permite obtener información de la mercadería (p. 82). El indicador inicial fue Mercadería, según Calderón Marengo (2017), la mercadería es cualquier objeto vendible, artículos cuales se pueden comprar y vender (p. 32). Además, según López Guzmán et al. (2009), la mercadería es cualquier objeto que se pueda intercambiar una cosa por otra. Posee un precio dependiendo al valor que se está adquiriendo (p.23), y como siguiente indicador fue Información del proveedor, según Ramírez Flórez et al. (2019), la selección de proveedores se tiene que dar por un detallado estudio y los diferentes criterios que la organización busca al contratar al personal, una vez que se selección se debe tomar en cuenta la evaluación para que la empresa este monitoreado el trabajo del proveedor (p. 5).

Por eso, según Garaña Corces (2015), señala que la elección de los proveedores es un aspecto importante para el futuro del negocio, quiere decir que negociar con ellos es obtener mejores precios, las condiciones de pago, exclusividades (p.115).

En otra perspectiva, se consideró como Variable 2: Calidad de Servicio, según Checa Hinojo (2014), indica que la mejor manera de comprobar la calidad en un servicio es a través del modelo SERVQUAL de Zeithaml, Parasuraman y Berry (1985, 1988), ya que este modelo basa la calidad de servicio en la diferencia que existe entre lo que esperan los clientes los cuales reciben el servicio y lo que realmente reciben una vez consumido o atendido. Esta evaluación del servicio será más favorable cuanto más unidas estén ambas percepciones: la que se espera y la que se recibe (p.20). Siguiendo la operacionalización definida, se optó por un método cuantitativo, abarcando las dimensiones Elementos Tangibles, Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad Y Empatía, se concretaron a través de indicadores seleccionados, utilizando la Escala de Likert como instrumento de medición.

Se inició explorando la primera dimensión de la segunda variable, Elementos tangibles, según Checa Hinojo (2014), se refiere que se refleja en la apariencia del producto y/servicios, instalaciones, equipos, selección de personal, maquinarias, etc. (p.38), por lo mismo Barrios González (2014), nos indica que son los recursos que tiene la empresa que es de mucha importancia y de bastante valoración empresarial, eso hace competitiva a una organización (p.8). Se desglosa en el indicador Instalaciones Físicas, para Maynar Mariño (2013), son todos aspecto de las instalaciones físicas, equipos que posee la empresa, personal que labora y materiales de comunicación utilizados para las labores diarias (p. 7), por lo mismo para Arano Chávez et al. (2013), es todo el entorno que posee la empresa el cual hace que sea competitiva y que tenga buena apariencia para ofrecer buen servicio al cliente (p.62). El segundo indicador se reconoció a la Selección de Personal, según Castro Jácome y Parra Vaca (2015), cuando las empresas incorporan a un nuevo trabajador, debe de capacitarlo ya que este será un activo de la empresa y por ello se debe de preocupar de que estén bien formados en las tareas que van a desempeñar (p.53). Esto es apoyado también por Blasco (2004), donde dice que existen diferentes maneras que se están utilizando el reclutamiento de personal,



actualmente se utiliza la tecnología, esto hace que los candidatos que ingresan desarrollen test antes de ser evaluados con mayor rapidez y sea más fácil el proceso de selección (p.178)

Se plasma como segunda dimensión: Fiabilidad, según Checa Hinojo (2014), indica que se relaciona con la habilidad del equipo humano en el momento de realizar el consumo (p.38). Se tomó en cuenta como primer indicador Servicio, según Escudero Aragón (2015), un servicio es cualquier actividad o servicio que se ofrece a la otra personas o compañía. Es fundamentalmente intangible ya que no se puede tocar ni tener. Su presentación va ligada precisamente a un producto físico y a los servicios que se generan (p.45). Por eso mismo Salazar Yépez y Cabrera Vallejo (2016), menciona que es un servicio que ofrece la empresa y la cual es muy importante ya que permite diferenciarse de otras empresas que ofrecen el mismo servicio. Este servicio tiene que darse de acuerdo con las necesidades y exigencias del cliente (p.13). El segundo indicador se enfocó en Confianza, según Grimaldi (2000) la confianza en el ámbito empresarial se refiere a cualquier certeza objetiva y en consecuencia a cualquier proyecto que se de en la organización la cual busca que sea favorable para poder crecer y mantener buena relación con los clientes. Se asemeja a la perspectiva de Rovira (2018), La confianza se genera entre el usuario y una plataforma la cual está dada por repetición de experiencias, los aspectos que reforzaría dicha confianza son a través de las redes sociales; es decir su credibilidad y confiabilidad en las capacidades de proveer servicios a la red (p. 20).

Se prosiguió con la tercera dimensión de la segunda variable, Capacidad de respuesta, según Checa Hinojo (2014), implica que la capacidad de respuesta es la dimensión que se relaciona con la rapidez, habilidad ante necesidades de los clientes (p.39). Se identificó como indicador inicial a la Rapidez en el servicio, según Rodríguez Valencia (2010), el cliente juzga a una compañía por la calidad que brinda en el de servicio, no hay imagen más negativa para la empresa que retardar su servicio promedio (p.62). A su vez según Eduarte Ramírez (1999), la rapidez es importante en el servicio que brinda una empresa, esto hace que el cliente se siente más satisfecho del servicio que recibe o que adquieren (p.10). Se consideró como segundo indicador: Habilidad, según Fernández Paredes (2016), es la capacidad

competencias que tiene un personal para que pueda actuar de forma eficiente que permite que una persona se relacione de manera competente con los demás (p. 35), por consiguiente, Morales Rodríguez et al. (2013), menciona que es la habilidad que tiene una persona para desarrollar algún tipo de trabajo o alguna acción que sobresale de otras personas con resultados favorables ya que lo ayudan a ser más competitivo (p.99).

Se consideró como cuarta dimensión Seguridad, según Checa Hinojo (2014), se refiere que es el profesionalismo, conocimiento, rigor y convencimiento del personal que oferta el producto o servicio al consumidor o cliente (p.39). De hecho, según Céspedes Socarrás y Martínez Cumbreira (2016), la seguridad es fundamental para cualquier empresa que ofrezca servicio no solo al momento que se está vendiendo el producto, sino que también que el vendedor se sienta seguro de donde labora y pueda compenetrar con la organización y generar más ingresos. El único indicador se centró en Credibilidad, según Pizzo (2016), la idea y atención mostradas por los trabajadores de la empresa y las habilidades que muestran para que puedan sus destrezas infundir creencia y confianza (p.3).

En cuanto a la última dimensión de esta variable, se analizó la Empatía, según Ramírez (2009), es la concepción que la persona posee y se da progresivamente el aprendizaje, las cuales buscan respuesta para las diferentes interrogantes que se da en la investigación o al momento de explicar cualquier situación (p.20). El primer y único indicador identificado fue la Atención al Cliente, según Paz Couso (2015), la atención al cliente no es una decisión optativa por la empresa si no que es un elemento principal para que pueda existir la organización la cual dará a al empres la clave del éxito o fracaso. La empresa debe de mejorar continuamente la atención al cliente si quieren ir incrementando sus operaciones (p.167), al igual que Najul Godoy (2011), menciona que es una actividad que fue desarrollando las empresas para que puedan ofrecer al cliente un mejor servicio enfocados a satisfacer las necesidades del usuario (p.25).

### 3.3. Población, muestra y muestreo

#### 3.3.1. Población

Bernal Torres (2016) manifiesta que la población está dada por un grupo de personas, animales o cosas constituidos por factores que son valorados para la investigación del trabajo, de igual manera se le conoce como el total de un conjunto de las unidades de muestra (p.161).

Por lo que estuvo constituida por 50 clientes que son atendidos de la empresa MEGADUANAS PERÚ SAC.

#### 3.3.2. Muestra

La selección de la muestra, se optó por un enfoque no probabilístico aleatorio simple, según lo afirma Hernández Sampieri et al. (2014), manifiesta que la muestra se da por todos los factores que reúnen la población deben tener igual posibilidad de ser escogidos el cual se debe obtener de manera aleatoria para garantizar representatividad en la muestra (p. 175).

Se empleó la fórmula:

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{e^2 * (N - 1) + k^2 * p * q}$$

N = Tamaño de la población o universo	35
k = Nivel de confianza	1.96
e = Error muestral deseado	0.05
p = Proporción de individuos que poseen la característica en estudio	0.5
q = Proporción de individuos que no poseen esa característica	0.5

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 35}{(0.05^2 * (35 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5)} = 32$$

De la fórmula que se realizó se pudo obtener un total de muestra para la de investigación, la cual tuvo como resultado 32 clientes de la empresa MEGADUANAS PERÚ SAC.

### **3.3.3. Muestreo**

Según Rodríguez Ortega (2014), lo concibió como un conjunto total de personas definidas por sus características particulares la cual se llama población, pretendiendo que ambos géneros se desarrollen con igual oportunidades (p. 25).

De la población general, se eligió 35 clientes frecuentes que trabajan con la agencia poseían atributos particulares relevantes para el estudio realizado.

### **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Para Hurtado, Kuznik et al. (2014) conciben la encuesta como un método eficaz para recopilar datos, destacando su practicidad y simplicidad en la investigación (p.317). La encuesta fue seleccionada como técnica, en la cual se han tomado como referencias preguntas respecto a la trazabilidad en el proceso de importación y su relación con la calidad de servicio de los clientes de la empresa MEGADUANAS PERÚ SAC.

La herramienta de recaudar datos empleada en la indagación fue un cuestionario, seleccionado por su capacidad para medir y analizar la relación entre las variables de estudio. Bernal Torres (2016) lo describe como un conjunto de preguntas diseñadas para obtener la información necesaria y recopilar los datos del proyecto de investigación (p.250).

La herramienta utilizada fue la encuesta consta de 20 preguntas; 11 de ellas son para la variable 1 “Trazabilidad en el proceso de importación” y las otras 9 son para la variable 2 “Calidad de servicio”, el cuestionario que se realizó fue para a los clientes de la agencia MEGADUANS PERU S.A.C. – san miguel -2019.

Para asegurar la validez del instrumento, según López Díaz (2015), la validez de una hipótesis se da directamente en proporción a la posibilidad de que se pueda someter a una investigación que permita aceptarla o refutarla. (p. 20).

El instrumento que se aplicó en la investigación fue sometido a juicio de expertos, como lo plantea la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo - Filial Callao, los cuales fueron: Dr. Lessner León Espinoza, Mg. Maribel Otarola Chavez y Mg. Paul Paucar LLanos.

Además, se evaluó la fiabilidad del instrumento, según Bernal Torres (2016), manifiesta que es un instrumento que mide la capacidad que nos proporciona un instrumento o cuestionario en el cual manifiesta la valoración que se obtiene por las personas durante la investigación de esta con el propósito de saber si existe relación entre ambas variables (p. 247).

**Tabla 1.** Alfa de Cronbach

<b>COEFICIENTE</b>	<b>RELACIÓN</b>
<b>0.00 a 0.20</b>	<i>Muy baja</i>
<b>0.21 a 0.40</b>	<i>Baja o Ligera</i>
<b>0.41 a 0.60</b>	<i>Moderada</i>
<b>0.61 a 0.80</b>	<i>Marcada</i>
<b>0.81 a 1.00</b>	<i>Muy alta</i>

Se consideró que el Alfa de Cronbach dada por la plataforma SPSS 23, se puede obtener la fiabilidad de la herramienta, al cual se realizó la muestra que se obtuvo pertenece a 32 clientes de la empresa importadora “MEGADUANAS PERÚ SAC.” ubicada en San Miguel, con un total de 20 preguntas; 11 de la variable 1 y 9 de la variable 2.

Las apreciaciones conseguidas señalan que la fiabilidad de la variable 1 “Trazabilidad en el proceso de importación” determina que hay una muy alta participación de 0.917. Por consiguiente, el índice de confiabilidad tanto del instrumento como de los elementos a investigar se considera muy elevado.

**Tabla 2. Evaluación de la confiabilidad de la variable 1**

Estadísticas de fiabilidad		
	Alfa de Cronbach basada en elementos	
Alfa de Cronbach	estandarizados	N de elementos
,917	,910	9

FUENTE: Plataforma estadística SPSS 23.0

**Tabla 3. Análisis de los casos relacionados con la variable 1**

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	32	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	32	100,0

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

FUENTE: Plataforma estadística SPSS 23.0

Asimismo, se observó que la fiabilidad de la variable 2 que es la “Calidad de Servicio” nos manifiesta que hay una participación elevada, el cual nos proporciona un valor de 0,930. Debido a esto nos da que el porcentaje de desconfianza de la segunda herramienta y de los elementos a investigar se considera muy elevado.

**Tabla 4. Evaluación de la confiabilidad de la variable 2**

Estadísticas de fiabilidad		
	Alfa de Cronbach basada en elementos	
Alfa de Cronbach	estandarizados	N de elementos
,930	,935	11

FUENTE: Plataforma estadística SPSS 23.0

**Tabla 5. Análisis de los casos relacionados con la variable 2**

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	32	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	32	100,0

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

FUENTE: Plataforma estadística SPSS 23.0

**Tabla 6. Evaluación de la confiabilidad de la variable 1 y la variable 2**

Estadísticas de fiabilidad		
	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
Alfa de Cronbach	,953	20

FUENTE: Plataforma estadística SPSS 23.0

**Tabla 7. Análisis de los casos relacionados con la variable 1 y la variable 2**

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	32	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	32	100,0

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

FUENTE: Plataforma estadística SPSS 23.0

Los ítems y el instrumento utilizado en este estudio demostraron que la variable indica de manera elevada que es fiable a un 0.953 según ambas variables.

### **3.5. Procedimientos**

En esta investigación, se aplicó un riguroso procesamiento de datos basado en métodos científicos. Inicialmente, se contabilizó la cantidad de 50 clientes que son atendidos en la empresa, solo 32 empleados fueron seleccionados para participar en las áreas encuestadas mediante la técnica de muestreo censal. Luego, se llevó a cabo una revisión exhaustiva de fuentes científicas para definir las dimensiones e indicadores que conformarían los ítems del cuestionario. En la segunda etapa, se realizó la recolección de datos, obteniendo las opiniones de los encuestados y generando resultados que se contrastaron con las fuentes recopiladas anteriormente.

### **3.6. Método de análisis de datos**

En el desarrollo de la investigación, se empleó el programa SPSS 23 para realizar el análisis estadístico de los resultados. Las técnicas estadísticas aplicadas incluyeron el cálculo del coeficiente Alfa de Cronbach, utilizado para evaluar la confiabilidad del instrumento, así como la revisión por parte de expertos para validar el cuestionario.

### **3.7. Aspectos éticos**

Se han tomado en cuenta diversos elementos fundamentales. En primer lugar, se ha otorgado un especial cuidado al manejo de la información, preservando rigurosamente la identidad de los participantes que contribuyeron con sus respuestas en las encuestas y la información recabada no se ha utilizado para otros fines que no sean de investigación. Se continúa con el valor social, los clientes que participaron en la encuesta, fueron por propia voluntad y no fue por obligación, todos participaron con la mejor disposición a las preguntas que se le formuló en el cuestionario. Concluyendo con respecto a la validez científica, se destaca que la información recabada proviene de diversas fuentes autorizadas y ha sido debidamente citada, preservando la integridad de los datos originales de cada autor sin ninguna alteración. Por lo cual se entiende que la validez teórica sería la correcta.



## IV. RESULTADOS

### 4.1 ANÁLISIS DESCRIPTIVO UNIVARIADO

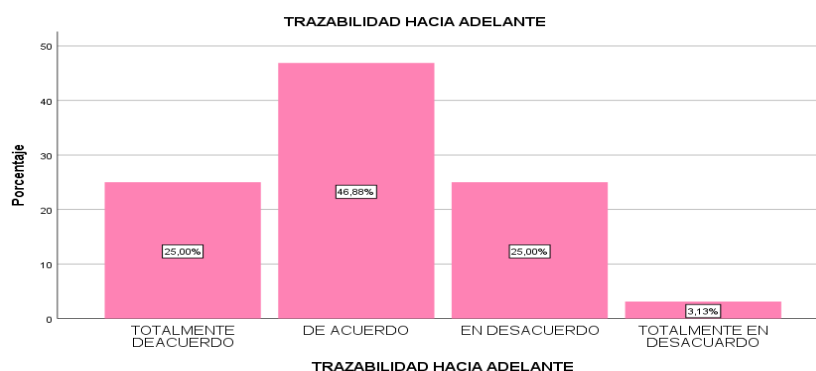
Las apreciaciones indicadas a través de la estadística descriptiva de la variable 1 "Trazabilidad en el Proceso de importación" han evidenciado una considerable receptividad hacia las dimensiones propuestas en la indagación.

**Tabla 8.** Descripción de las opciones de respuesta en la dimensión 1 de la variable 1: Trazabilidad Hacia Adelante

		TRAZABILIDAD HACIA ADELANTE			Porcentaje acumulado
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	
Válido	TOTALMENTE DE ACUERDO	8	25,0	25,0	25,0
	DE ACUERDO	15	46,9	46,9	71,9
	EN DESACUERDO	8	25,0	25,0	96,9
	TOTALMENTE EN DESACUARDO	1	3,1	3,1	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

FUENTE: Plataforma estadística SPSS 23.0

**Figura 1.** Gráfico descriptivo de la dimensión 1 de la variable 1: Trazabilidad Hacia Adelante



FUENTE: Plataforma estadística SPSS 23.0

Al analizar las apreciaciones mostradas, un 46,88% de los Clientes seleccionados de MEGADUANAS PERÚ SA, señalan su conformidad con la dimensión indicada. Además, el 25,00% mantienen una totalidad concordancia al

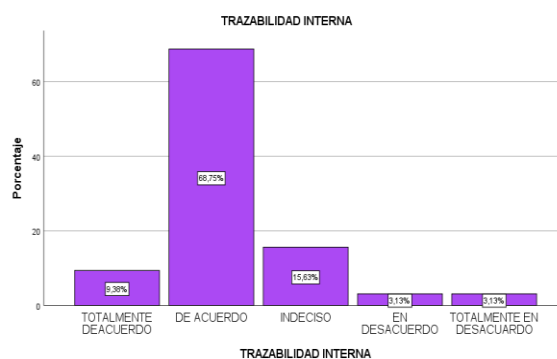
igual que un 25,00% son disconformes, para terminar el 3,13% están completamente en contra sobre lo indicado por la “Trazabilidad Por Hacia Adelante”.

**Tabla 9.** Descripción de las opciones de respuesta en la dimensión 2 de la variable 1: Trazabilidad Interna

TRAZABILIDAD INTERNA					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE DE ACUERDO	3	9,4	9,4	9,4
	DE ACUERDO	22	68,8	68,8	78,1
	INDECISO	5	15,6	15,6	93,8
	EN DESACUERDO	1	3,1	3,1	96,9
	TOTALMENTE EN DESACUARDO	1	3,1	3,1	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

FUENTE: Plataforma estadística SPSS 23.0

**Figura 2.** Gráfico descriptivo de la dimensión 2 de la variable 1: Trazabilidad Interna



FUENTE: Plataforma estadística SPSS 23.0

De acuerdo con las apreciaciones mostradas, un 68,75% de los Clientes seleccionados de MEGADUANAS PERÚ SA, señalan su conformidad con la dimensión indicada. Además, el 9,38% mantienen una totalidad concordancia al igual que un 15,63% son indecisos, 3,13% son disconformes, para terminar el

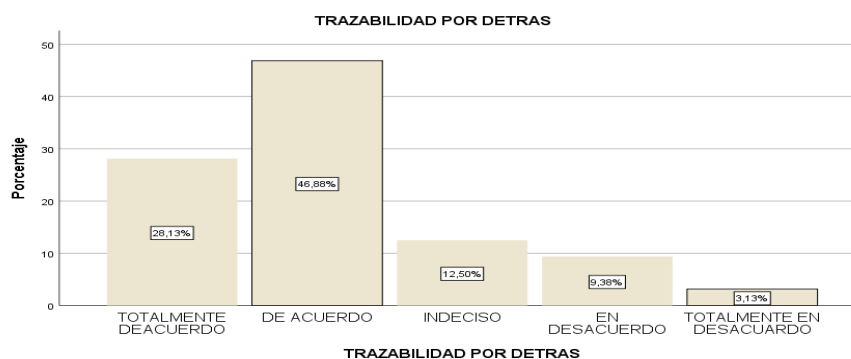
3,13% están completamente en contra sobre lo indicado por la “Trazabilidad Interna”.

**Tabla 10.** Descripción de las opciones de respuesta en la dimensión 3 de la variable 1: Trazabilidad por Detrás

		TRAZABILIDAD POR DETRÁS			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE DE ACUERDO	9	28,1	28,1	28,1
	DE ACUERDO	15	46,9	46,9	75,0
	INDECISO	4	12,5	12,5	87,5
	EN DESACUERDO	3	9,4	9,4	96,9
	TOTALMENTE EN DESACUARDO	1	3,1	3,1	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

FUENTE: Plataforma estadística SPSS 23.0

**Figura 3.** Gráfico descriptivo de la dimensión 3 de la variable 1: Trazabilidad por Detrás



FUENTE: Plataforma estadística SPSS 23.0

De acuerdo con las apreciaciones mostradas, un 46,88% de los Clientes seleccionados de MEGADUANAS PERÚ SA, señalan su conformidad con la dimensión indicada. Además, el 28,10% mantienen una totalidad concordancia al igual que un 12,5% son indecisos, 9,4% son disconformes, para terminar el 3,13% están completamente en contra sobre lo indicado por la “Trazabilidad Por Detrás”

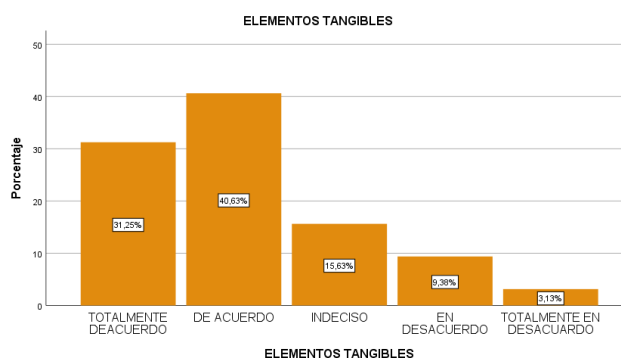
Las apreciaciones indicadas a través de la estadística descriptiva de la variable 2 " Calidad de Servicio" han evidenciado una considerable receptividad hacia las dimensiones propuestas en la indagación.

**Tabla 11.** Descripción de las opciones de respuesta en la dimensión 1 de la variable 2: Elementos Tangibles

		ELEMENTOS TANGIBLES			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE DE ACUERDO	10	31,3	31,3	31,3
	DE ACUERDO	13	40,6	40,6	71,9
	INDECISO	5	15,6	15,6	87,5
	EN DESACUERDO	3	9,4	9,4	96,9
	TOTALMENTE EN DESACUARDO	1	3,1	3,1	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

FUENTE: Plataforma estadística SPSS 23.0

**Figura 4.** Gráfico descriptivo de la dimensión 1 de la variable 2: Elementos Tangibles



FUENTE: Plataforma estadística SPSS 23.0

De acuerdo con las apreciaciones mostradas, un 40;63% de los Clientes seleccionados de MEGADUANAS PERÚ SA, señalan su conformidad con la dimensión indicada. Además, el 31,25% mantienen una totalidad concordancia al igual que un 15,63% son indecisos, 9,38% son disconformes, para terminar el

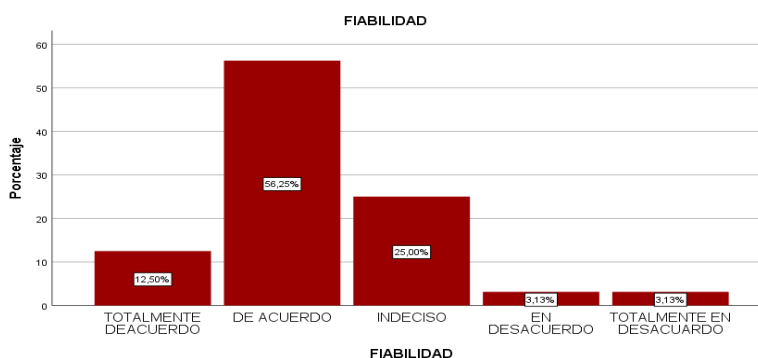
3,13% están completamente en contra sobre lo indicado por la "Elementos Tangibles".

**Tabla 12.** Descripción de las opciones de respuesta en la dimensión 2 de la variable 2: *Fiabilidad*

		FIABILIDAD			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE DE ACUERDO	4	12,5	12,5	12,5
	DE ACUERDO	18	56,3	56,3	68,8
	INDECISO	8	25,0	25,0	93,8
	EN DESACUERDO	1	3,1	3,1	96,9
	TOTALMENTE EN DESACUARDO	1	3,1	3,1	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

FUENTE: Plataforma estadística SPSS 23.0

**Figura 5.** Gráfico descriptivo de la dimensión 2 de la variable 2: *Fiabilidad*



FUENTE: Plataforma estadística SPSS 23.0

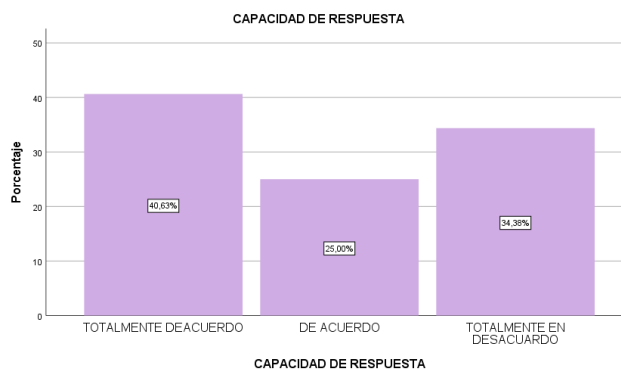
Basado en las apreciaciones mostradas, un 56,25% de los Clientes seleccionados de MEGADUANAS PERÚ SA, señalan su conformidad con la dimensión indicada. Además, el 12,5% mantienen una totalidad concordancia al igual que un 25,00% son indecisos, 3,13% son disconformes, para terminar el 3,13% están completamente en contra sobre lo indicado por la "Fiabilidad".

**Tabla 13.** Descripción de las opciones de respuesta en la dimensión 3 de la variable 2: Capacidad de Respuesta

		CAPACIDAD DE RESPUESTA			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE DE ACUERDO	13	40,6	40,6	40,6
	DE ACUERDO	8	25,0	25,0	65,6
	TOTALMENTE EN DESACUARDO	11	34,4	34,4	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

FUENTE: Plataforma estadística SPSS 23.0

**Figura 6.** Gráfico descriptivo de la dimensión 3 de la variable 2: Capacidad de Respuesta



FUENTE: Plataforma estadística SPSS 23.0

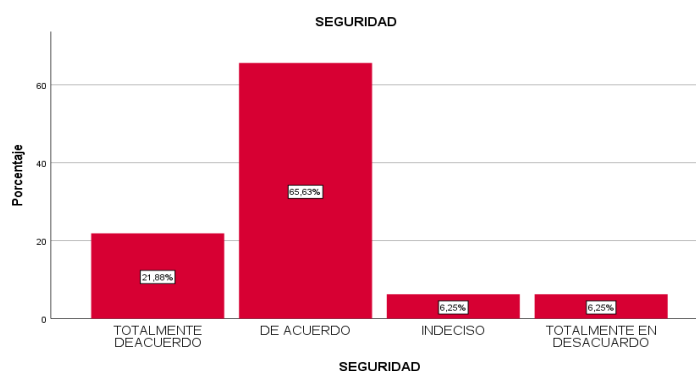
Basado en las apreciaciones mostradas, un 25,00% de los Clientes seleccionados de MEGADUANAS PERÚ SA, señalan su conformidad con la dimensión indicada. Además, el 40,63% mantienen una totalidad concordancia, para terminar el 34,38% están completamente en contra sobre lo indicado por la "Capacidad de Respuesta".

**Tabla 14.** Descripción de las opciones de respuesta en la dimensión 4 de la variable 2: Seguridad

		SEGURIDAD			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE DE ACUERDO	7	21,9	21,9	21,9
	DE ACUERDO	21	65,6	65,6	87,5
	INDECISO	2	6,3	6,3	93,8
	TOTALMENTE EN DESACUARDO	2	6,3	6,3	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

FUENTE: Plataforma estadística SPSS 23.0

**Figura 7.** Gráfico descriptivo de la dimensión 4 de la variable 2: Seguridad



FUENTE: Plataforma estadística SPSS 23.0

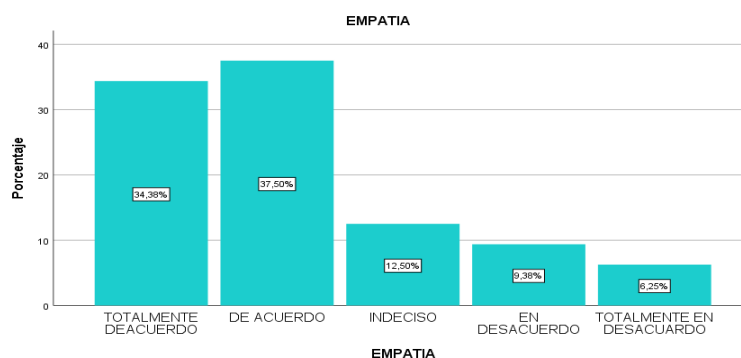
Basado en las apreciaciones mostradas, un 65,63% de los Clientes seleccionados de MEGADUANAS PERÚ SA, señalan su conformidad con la dimensión indicada. Además, el 21,9% mantienen una totalidad concordancia al igual que un 6,3% son indecisos, para terminar el 6,3% están completamente en contra sobre lo indicado por la "Seguridad".

**Tabla 15.** Descripción de las opciones de respuesta en la dimensión 5 de la variable 2: Empatía

		EMPATÍA			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE DE ACUERDO	11	34,4	34,4	34,4
	DE ACUERDO	12	37,5	37,5	71,9
	INDECISO	4	12,5	12,5	84,4
	EN DESACUERDO	3	9,4	9,4	93,8
	TOTALMENTE EN DESACUARDO	2	6,3	6,3	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

FUENTE: Plataforma estadística SPSS 23.0

**Figura 8.** Gráfico descriptivo de la dimensión 5 de la variable 2: Empatía



FUENTE: Plataforma estadística SPSS 23.0

Basado en las apreciaciones mostradas, un 37,50% de los Clientes seleccionados de MEGADUANAS PERÚ SA, señalan su conformidad con la dimensión indicada. Además, el 34,38% mantienen una totalidad concordancia al igual que un 12,50% son indecisos, 9,38% son disconformes, para terminar el 6,25% están completamente en contra sobre lo indicado por la "Empatía".



### 4.3. Análisis de inferencia

#### 4.3.1. Contrastación de hipótesis

Con el objetivo de contrastar la hipótesis planteada, se aplicó la prueba de normalidad estadística de rango no paramétrica para las variables " Trazabilidad en los Procesos de Importación " y " Calidad De Servicio ". Estos análisis se realizaron utilizando la plataforma estadística SPSS en su versión 23, con un nivel de confianza del 95% y un nivel de significancia de  $<0.05$ .

**Tabla 16. Prueba de normalidad**

	Kolmogórov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
TRAZABILIDAD EN LOS PROCESOS DE IMPORTACIÓN	,273	32	,000	,883	32	,002
CALIDAD DE SERVICIO	,314	32	,000	,847	32	,000

FUENTE: Plataforma estadística SPSS 23.0

Se observa que la muestra incluye un total de 32 clientes habituales de Megaduanas Peru SAC, cifra que está por debajo de los 50. En consecuencia, se aplicó la prueba estadística de Shapiro-Wilk, que arrojó un nivel de significancia de 0.000. Como resultado, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, indicando que la distribución de la muestra no sigue una distribución normal, confirmando así que se trata de una investigación no paramétrica.

**Tabla 17. Rangos de Correlación**

-1.00	<b>Correlación negativa perfecta</b>
-0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.75	Correlación negativa considerable
-0.50	Correlación negativa media
-0.25	Correlación negativa débil
-0.10	Correlación negativa muy débil
0.00	No existe correlación alguna entre variables
0.10	Correlación positiva muy débil
0.25	Correlación positiva débil
0.50	Correlación positiva media
0.75	Correlación positiva considerable
0.90	Correlación positiva muy fuerte
1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Elaboración propia según Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 305).

En concordancia con las hipótesis establecidas, se aplicó la prueba de correlación de Rho de Spearman. En primer lugar, se evaluó la hipótesis general.

**H1:** Existe una relación significativa entre la trazabilidad en los procesos de importación en la calidad de servicio en la Agencia MEGADUANAS PERÚ S.A.C. – San Miguel 2019.

**Ho:** No Existe una relación significativa entre la trazabilidad en los procesos de importación en la calidad de servicio en la Agencia MEGADUANAS PERÚ S.A.C. – San Miguel 2019.

**Tabla 18.** Análisis de la correlación de Rho De Spearman entre variable 1 y variable 2

Correlaciones			TRAZABILIDAD EN EL PROCESO DE IMPORTACIÓN	CALIDAD DE SERVICIO
Rho de Spearman	TRAZABILIDAD EN EL PROCESO DE IMPORTACIÓN	Coefficiente de correlación	1,000	,956**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	32	32
	CALIDAD DE SERVICIO	Coefficiente de correlación	,956**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	32	32

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

FUENTE: Plataforma estadística SPSS 23.0

Se aprecia un 0.956% en el Rho de Spearman proporcionado entre la variable I “Trazabilidad en el proceso de Importación” y la variable II “Calidad de servicio”, este se interpreta como una correlación positiva bastante robusta, según Hernández Sampieri et al. (2014, p. 305). Asimismo, se nota que el nivel de significancia es 0.000, lo que conduce al rechazo de la hipótesis nula y a la aceptación de la hipótesis de investigación, indicando la presencia de una relación entre la Trazabilidad en el proceso de Importación y la Calidad de servicio en la Agencia MEGADUANAS PERÚ S.A.C. – San Miguel 2019.

A continuación, se procede a contrastar la primera hipótesis específica:

**H1:** Existe una relación significativa entre la trazabilidad hacia adelante y la calidad de servicio en los clientes de la Agencia MEGADUANAS PERÚ S.A.C. – San Miguel 2019.

**Ho:** No existe una relación significativa entre la trazabilidad hacia adelante y la calidad de servicio en los clientes de la Agencia MEGADUANAS PERÚ S.A.C. – San Miguel 2019.

**Tabla 19.** Análisis de la correlación de Rho de Spearman entre Trazabilidad Hacia Adelante y Calidad de Servicio

			<b>Correlaciones</b>	
			TRAZABILIDAD HACIA ADELANTE	CALIDAD DE SERVICIO
Rho de Spearman	TRAZABILIDAD HACIA ADELANTE	Coeficiente de correlación	1,000	,950**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	32	32
	CALIDAD DE SERVICIO	Coeficiente de correlación	,950**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	32	32

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

FUENTE: Plataforma estadística SPSS 23.0

Se aprecia un 0.950% en el Rho de Spearman proporcionado entre “Trazabilidad hacia adelante” y la variable II “Calidad de servicio”, este se interpreta como una correlación positiva bastante robusta, según Hernández Sampieri et al. (2014, p. 305). Asimismo, se nota que el nivel de significancia es 0.000, lo que conduce al rechazo de la hipótesis nula y a la aceptación de la hipótesis de investigación, indicando la presencia de una relación entre la Trazabilidad hacia adelante y la Calidad de servicio en la Agencia MEGADUANAS PERÚ S.A.C. – San Miguel 2019.

A continuación, se procede a contrastar la segunda hipótesis específica:

**H1:** Existe una relación significativa entre la trazabilidad interna y la calidad de servicio en los clientes de la Agencia MEGADUANAS PERÚ S.A.C. – San Miguel 2019.

**Ho:** No existe una relación significativa entre la trazabilidad interna y la calidad de servicio en los clientes de la Agencia MEGADUANAS PERÚ S.A.C. – San Miguel 2019.

**Tabla 20.** *Análisis de la correlación de Rho de Spearman Trazabilidad Interna y Calidad de Servicio*

			TRAZABILIDAD INTERNA	CALIDAD DE SERVICIO
Rho de Spearman	TRAZABILIDAD INTERNA	Coefficiente de correlación	1,000	,980**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	32	32
	CALIDAD DE SERVICIO	Coefficiente de correlación	,980**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	32	32

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

FUENTE: Plataforma estadística SPSS 23.0

Se aprecia un 0.980% en el Rho de Spearman proporcionado entre “Trazabilidad Interna” y la variable II “Calidad de servicio”, este se interpreta como una correlación positiva bastante robusta, según Hernández Sampieri et al. (2014, p. 305). Asimismo, se nota que el nivel de significancia es 0.000, lo que conduce al rechazo de la hipótesis nula y a la aceptación de la hipótesis de investigación, indicando la presencia de una relación entre Trazabilidad interna y la Calidad de servicio en los clientes de la agencia MEGADUANAS PERÚ SAC.

Por último, se procede a contrastar la tercera hipótesis específica:

**H1:** Existe una relación significativa entre la trazabilidad por detrás y la calidad de servicio en los clientes de la Agencia MEGADUANAS PERÚ S.A.C. – San Miguel 2019.

**Ho:** No existe una relación significativa entre la trazabilidad por detrás y la calidad de servicio en los clientes de la Agencia MEGADUANAS PERÚ S.A.C. – San Miguel 2019.

**TABLA 21.** *Análisis de la Correlación De Rho De Spearman entre Trazabilidad por Detrás y Calidad de Servicio*

			TRAZABILIDAD POR DETRAS	CALIDAD DE SERVICIO
Rho de Spearman	TRAZABILIDAD POR DETRAS	Coefficiente de correlación	1,000	,911**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	32	32
	CALIDAD DE SERVICIO	Coefficiente de correlación	,911**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	32	32

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

FUENTE: Plataforma estadística SPSS 23.0

Se aprecia un 0.911% en el Rho de Spearman proporcionado entre “Trazabilidad por Detrás” y la variable II “Calidad de servicio”, este se interpreta como una correlación positiva bastante robusta, según Hernández Sampieri et al. (2014, p. 305). Asimismo, se nota que el nivel de significancia es 0.000, lo que conduce al rechazo de la hipótesis nula y a la aceptación de la hipótesis de investigación, indicando la presencia de una relación entre la Trazabilidad por detrás y la calidad de servicio en los clientes de la Agencia MEGADUANAS PERÚ SAC 2019.

## V. DISCUSIÓN

A partir de las apreciaciones señaladas en esta indagación, se derivan las conclusiones posteriores:

Se planteó como objetivo general “Qué relación existe entre la trazabilidad en el proceso de importación y la calidad de servicio de la agencia MEGADUANAS PERÚ SAC – San Miguel 2019”. Se aplicó el análisis estadístico de Spearman para inferir conclusiones, revelando una correlación positiva y robusta del 95,6% entre las variables estudiadas, con un nivel de significancia extremadamente bajo de 0,000, según lo manifestado por Hernández Sampieri et al. (2014, p.302). Como resultado, se descarta la hipótesis nula y se respalda la hipótesis planteada en el estudio. Esto quiere indicar que la Trazabilidad en el proceso de importación y la calidad de servicio de la agencia MEGADUANAS PERÚ SAC – San Miguel se relacionan positivamente.

Considerando la exploración desarrollada por Gonzales Ugaz (2018), se puede verificar que se obtuvo como resultado a través del análisis estadístico de Pearson, se obtienen valores de 0,856 con un nivel de significancia de 0,000, mientras que esta tesis presenta valores de 0,910 con un nivel de significancia de 0,000. Al comparar estos resultados con investigaciones previas, como la de Gonzales Ugaz (2018) que reporta un coeficiente positivo fuerte de 0,904, se confirma la existencia de una relación significativa y fuerte entre las variables estudiadas. Esto sugiere que los ejecutivos comerciales y coordinadores de operaciones poseen la experiencia y conocimientos necesarios para proporcionar un servicio de calidad, respaldando la idea de una conexión sólida entre la trazabilidad en el proceso de importación y la calidad del servicio.

Por otro lado, Arenal Laza (2019), refiere que la trazabilidad en el proceso de importación son aquellos procesos preestablecidos y autosuficientes por los cuales nos permite conocer el histórico, ubicación y la trayectoria de la mercadería a lo largo de la cadena de suministro, el cual se dimensiona en la trazabilidad hacia adelante, trazabilidad interna y trazabilidad por detrás. (p.50).

Entonces, teniendo en cuenta los aporte de Gonzales Ugaz, indicados en los capítulos líneas arriba y también la teoría la cual está planteada por Arenal Laza, este nos indican que la trazabilidad son todos los procesos preestablecidos y autosuficientes ya que nos permite conocer todo el recorrido de la mercadería desde su salida del almacén del proveedor hasta que llega a la almacén del cliente , los cuales pasan por diferentes procesos, por lo cual podemos inferir que las variables de estudios esa vinculadas entre sí.

Por eso, la primera hipótesis específica de este estudio fue analizar la relación que existe entre la trazabilidad hacia adelante y la calidad de servicio, se aplicó el análisis estadístico de Spearman para inferir conclusiones, revelando una correlación positiva y robusta del 95,00% entre las variables estudiadas, con un nivel de significancia extremadamente bajo de 0,000, según lo manifestado por Hernández Sampieri et al. (2014, p.302). Como resultado, se descarta la hipótesis nula y se respalda la hipótesis planteada en el estudio. Esto quiere indicar que la Trazabilidad hacia Adelante se relacionan positivamente con la calidad de servicio de la agencia MEGADUANAS PERÚ SAC – San Miguel 2019.

De acuerdo con la búsqueda ejecutada por Ríos Chappell (2018), se comprueba que los resultados que se obtuvieron mediante la estadística inferencial de Spearman, se alcanzaron valores de 0,904 con un nivel de significancia de 0,000, mientras que en esta investigación se obtuvieron valores de 0,905 con un nivel de significancia de 0,000. Este análisis revela una concordancia destacada entre los resultados, sugiriendo una consistencia en las conclusiones. La similitud observada respalda la idea de una relación robusta entre las variables estudiadas, fortaleciendo la validez de la hipótesis de investigación.

Se afirma que si hay una correlación significativa entre la Trazabilidad hacia adelante y la calidad de servicio con un tamaño de correlación positiva, de modo como lo indica la exploración de Ríos, J. (2018) con un coeficiente de relación en 0,904: de otra manera, la actual indagación afirma la analogía muy alta de las dos variables de investigación con un coeficiente de relación en 0,905. De igual condición, la actual investigación confirma la relación muy fuerte entre las variables

de estudio con un coeficiente entre las variables de estudio con un coeficiente de relación en 0.05.

Por otro lado Según Arenal Laza (2019), se refiere que a trazabilidad hacia adelante tiene relación con el cliente final y se refiere a la distribución hacia el almacén del cliente (p.76).

Por ende, según la contribución, indicados en los párrafos líneas arriba y según la teoría planteada por Arenal Laza, en la cual señala que la trazabilidad hacia adelante, tiene relación con el cliente final debido a que este es la información que se brinda al cliente antes de entregar la mercadería.

Por lo general el objetivo principal específico ha sido cumplido, debido a las investigaciones mencionadas en los párrafos anteriores: la trazabilidad hacia adelante es muy importante ya que se refiera a la distribución de la mercadería y es ahí donde se concluye el despacho.

Por lo cual, la segunda hipótesis específica de este estudio fue establecer qué analogía existe entre la Trazabilidad Interna y la calidad de igual forma se aplicó el análisis estadístico de Spearman para inferir conclusiones, revelando una correlación positiva y robusta del 98,00% entre las variables estudiadas, con un nivel de significancia extremadamente bajo de 0,000, según lo manifestado por Hernández Sampieri et al. (2014, p.302). Como resultado, se descarta la hipótesis nula y se respalda la hipótesis planteada en el estudio. Esto quiere indicar que la Trazabilidad Interna y la calidad de servicio de la agencia MEGADUANAS PERÚ SAC – San Miguel 2019.

De acuerdo con la investigación dada por Cerna Castillo (2017), se determina los resultados los cuales se obtuvieron mediante estadística inferencial de Spearman, se alcanzaron valores de 0,895 con un nivel de significancia de 0,000, mientras que en esta investigación se obtuvieron valores de 0,890 con un nivel de significancia de 0,000. Este análisis revela una concordancia destacada entre los resultados, sugiriendo una consistencia en las conclusiones. La similitud observada respalda la idea de una relación robusta entre las variables estudiadas, fortaleciendo la validez de la hipótesis de investigación.



Se afirma que si existe relación significativa entre la Trazabilidad Interna y la calidad de servicio con un grado de correlación positiva fuerte, tal como lo señala la investigación Cerna Castillo (2017) con un coeficiente de 0,895; por otro lado la investigación confirma la relación que existe entre las variables de investigación con un coeficiente de relación de 0.89.

Asimismo, la actual investigación confirma la relación muy fuerte entre las variables de estudio con un coeficiente de relación en 0.05.

Por otro lado Según Arenal Laza (2019) indica que la trazabilidad interna se refiere a los movimientos internos donde se utilizan la tecnología dentro de la empresa y donde se controla lo almacenado. (pg.81).

Entonces, teniendo en cuenta la importancia de la trazabilidad interna se puede afirmar que es importante tener herramientas necesarias que ayudan y permitan tener el control o estatus de la mercadería ya que generaría un mejor servicio para el cliente.

Por tal motivo, la tercera hipótesis específica de este estudio fue verificar la relación que hay entre la trazabilidad por detrás y la calidad de servicio de la agencia MEGADUANAS PERÚ SAC – San Miguel 2019, se aplicó el análisis estadístico de Spearman para inferir conclusiones, revelando una correlación positiva y robusta del 91,1% entre las variables estudiadas, con un nivel de significancia extremadamente bajo de 0,000, según lo manifestado por Hernández Sampieri et al. (2014, p.302). Como resultado, se descarta la hipótesis nula y se respalda la hipótesis planteada en el estudio. Esto quiere indicar que la trazabilidad por detrás y la calidad de servicio de la agencia MEGADUANAS PERÚ SAC – San Miguel 2019.

Según Fajardo Cortez (2017), en su tesis presentada para alcanzar el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales. El programa que se utilizó fue SPSS V. 21. Las pruebas de confiabilidad correspondiente a esta tesis fue el alfa de Cronbach, en la prueba de Spearman obtuvo como resultado  $RHO = 0,899$ , con lo cual se pudo indicar que la confiabilidad es buena, para ambas variables tanta calidad de servicio y satisfacción del cliente, el cual tuvo una significancia

bilateral de 0,000 menos al nivel significancia 0,05, por lo que se afirma que se admite la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula.

Se afirma que hay una correlación con mucha significancia entre la Trazabilidad por detrás y la calidad de servicio con un alto grado de relación positiva fuerte, con un coeficiente de 0,95; por otro lado la investigación confirma la relación que hay entre las variables de estudio con un coeficiente de relación de 0.90.

Por otro lado según Arenal Laza (2019), se refiere que la trazabilidad por detrás es la relación que se da con los proveedores, la cual nos permite obtener información de la mercadería (p. 82).

Se puede concluir que la trazabilidad por detrás es importante ya que la relación que lleva el importador con el proveedor es donde define el contrato de compra y venta internacional y obtendrá buen precio para que pueda competir en el mercado.

Este estudio de acuerdo con el resultado en la investigación y las teorías de los diferentes autores se ha demostrado la consistencia, la confiabilidad y estabilidad de este tipo de investigación servirán para futuras investigaciones similares, referentes a la trazabilidad en el proceso de importación y la calidad de servicio.

De acuerdo con la investigación podemos deducir que las teorías de investigación ayudaran a diferentes estudiantes y a las diferentes investigaciones futuras ya que las dos variables llevan relación y ayudaran también a las diferentes empresas que trabajan en el rubro de comercio exterior.

En la investigación se ha podido aprender desde la compra de la mercadería en el país de adquisición, hasta el recorrido que hace la mercadería para llegar al país de destino y la distribución que se hace para poder llegar al cliente final.

## **VI. CONCLUSIONES**

Los propósitos trazados en la investigación, a partir de una evaluación de las hipótesis y las apreciaciones obtenidas, se derivan las siguientes conclusiones:

Se ha logrado el cumplimiento general el cual ha demostrado que existe relación entre las variables trazabilidad en el proceso de importación y la calidad de servicio de la empresa MEGADUANAS PERÚ SAC de 95.6% el cual concluye que la trazabilidad en el proceso de importación y la calidad de servicio puede ser mucha de mucha ayuda para que las empresas del rubro puedan ofrecer un mejor servicio y sean más competitivos en el mercado y así obtener clientes satisfechos.

Se ha logrado cumplir el objetivo específico demostrando que si existe un vínculo entre la trazabilidad hacia adelante y la calidad de servicio de la empresa MEGADUANAS PERÚ SAC de 95.0%. Por ello concluimos que la trazabilidad hacia adelante es muy importante ya que se refiere al cliente y a la distribución final de la mercadería ya que es ahí donde se concluye el despacho.

Se logró el cumplimiento del objetivo específico indicando que efectivamente existe vínculo entre la trazabilidad por detrás y la calidad de servicio de la empresa MEGADUANAS PERÚ SAC de 91.1%. Por ello concluimos que la trazabilidad por detrás es importante en toda empresa ya que podemos registrar toda la mercadería que ingresa al almacén y así conocer el estatus antes de la entrega de la mercadería.

## **VII. RECOMENDACIONES**

En base a los resultados obtenidos, se proponen algunas recomendaciones para mejorar el desempeño de MEGADUANAS PERÚ SAC y fortalecer su competitividad en el mercado:

Se recomienda a las empresas en general para no generar al cliente costos adicionales en el despacho es recomendable que cuenten con sistemas que les permita visualizar en tiempo real el control o estatus e su mercadería ya que esto ayuda a que los importadores verifiquen como va su proceso de importación, exportación, etc. Y puedan estar satisfecho con la calidad de servicio que se ofrece.

Se recomienda a la empresa tener más control en cuanto al envío de información de la mercadería para el área de operaciones pueda brindar datos exactos al momento de retirar la carga, implementar sistemas adecuados para poder agregar valor agregado al servicio.

Es recomendable que las empresas cuenten con unidades de transporte, trabajadores idóneos que desempeñen bien sus funciones así no generaría retrasos en el proceso de su despacho y no se incurra en sanción por parte de la entidad competente que es la SUNAT.

## REFERENCIAS

- Adarme Jaimes, W., Arango Serna, M. D., & Cárdenas, I. D. (2014). Comportamientos Logísticos en la Distribución de Última Milla de Productos Alimenticios en Villavicencio, Colombia. *Revista Escuela de ingeniería Antioquia*, 21, 145–156. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1794-12372014000100013&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-12372014000100013&lng=en&nrm=iso)
- Albán Salazar, E. D. (2015). *Aplicación web móvil, para gestionar la trazabilidad de las órdenes de trabajo en una entidad de construcciones metal-mecánica* [Tesis de pregrado. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. Repositorio Institucional de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. <https://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/523>
- Arano Chávez, R. M., Cano Flores, M., & Olivera Gómez, D. A. (2013). La importancia del entorno general en las empresas. *Revista de la Universidad Veracruzana*, 1(1), 62–65.
- Arenal Laza, C. (2019). *Preparación de pedidos. MF1326*. (1ra ed.). Tutor Formación.
- Barrios González, D. M. (2014). Diagnóstico del reconocimiento y revelación de los activos intangibles en Colombia frente a la NIC 38. *Revista de la Facultad de Ciencias Contables de la Universidad de Antioquia*, 1(1), 19–40. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/tgcontaduria/article/view/323613>
- Benzaquen De las Casas, J. B. (2013). Calidad en las empresas latinoamericanas: El caso peruano. *Revista Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*, 7(1), 41–59. <https://doi.org/10.3232/gcg.2013.v7.n1.03>
- Bernal Torres, C. A. (2016). *Metodología de La investigación*. (4ta ed.). Pearson Publications Company.

- Blasco, R. D. (2004). Reclutamiento de personal y las tecnologías de la información y de la comunicación. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 20(2), 141–167.  
<https://journals.copmadrid.org/jwop/art/aff1621254f7c1be92f64550478c56e6>
- Calderón Marengo, E. A. (2017). Aplicación normativa de la compraventa internacional de mercaderías. *Revista de derecho*, 2(22), 37–60.  
<https://doi.org/10.5377/derecho.v0i22.4579>
- Castro Jácome, M. E., & Parra Vaca, G. I. (2015). *Estudio de la matriz productiva y su efecto en la innovación empresarial de las pymes del cantón milagro, 2014–2015* [Tesis de pregrado. Universidad Estatal de Milagro]. Repositorio de la Universidad Estatal de Milagro.  
<http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/2635>
- Cerna Castillo, R. L. (2017). *Calidad de Servicio y Satisfacción de los estudiantes de Administración en Turismo y Hotelería de la Universidad César Vallejo, Sede Lima Este - 2017* [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional de la Universidad César Vallejo.  
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/9951>
- Céspedes Socarrás, G. M., & Martínez Cumbreira, J. M. (2016). Un análisis de la seguridad y salud en el trabajo en el sistema empresarial cubano. *Revista latinoamericana de derecho social*, 22(1), 1–46.  
<https://doi.org/10.1016/j.rlds.2016.03.001>
- Chamorro Mera, A., Miranda González, F. J., & Rubio Lacoba, S. (2007). *Introducción a la gestión de la calidad*. (1ra ed.). Delta Publicaciones.
- Checa Hinojo, E. J. (2014). *Elaboración del presupuesto editorial: producción editorial*. (1ra ed.). IC Editorial.
- Droguett Jorquera, F. J. (2012). *Calidad y satisfacción en el servicio de los clientes de la industria automotriz: análisis principales factores que afectan a*

*evaluación de los clientes* [Tesis de pregrado, Universidad de Chile]. Repositorio Institucional de la Universidad de Chile. <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/108111>

Durán, Y. (2012). Administración del inventario: elemento clave para la optimización de las utilidades en las empresas. *Visión gerencial*, 11(1), 55–78. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545892008>

Eduarte Ramírez, A. (1999). Calidad en el servicio al cliente. *Revista de ciencias administrativas y financieras de la seguridad social*, 7(1), 41–44. [https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?pid=S1409-12591999000100006&script=sci\\_abstract](https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?pid=S1409-12591999000100006&script=sci_abstract)

Escudero Aragón, M. E. (2015). *Servicio de atención comercial*. (1ra ed.). Editex.

Evans, J. R., & Lindsay, W. M. (2015). *Managing for quality and performance excellence*. (9na ed.). Cengage Learning.

Fajardo Cortez, F. A. (2017). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente de los operadores logísticos. Caso SCHARFF 2010 - 2016* [Tesis de pregrado. Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional de la Universidad César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/23306>

Fernández Cabello, S. (2014). *Estudio del Sector Cosmético. Caso de Empresa y Oportunidades Comerciales en Latinoamérica* [Tesis de maestría. Universidad de Córdoba]. <https://www.uco.es/idep/images/documentos/masteres/comercio-exterior-internacionalizacion/ejemplo-tfm-comercio.pdf>

Fernández Paredes, F. (2016). *Competencias gerenciales y productividad en el Centro Materno Infantil San José -Villa el Salvador, 2015* [Tesis de maestría. Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional de Universidad César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/7866>

- Garaña Corces, J. M. (2015). *Negociación efectiva: Relación marca y concesionario*. (1ra ed.). ESIC Editorial.
- García-Valcárcel Muñoz-Repiso, A. (2007). Herramientas tecnológicas para mejorar la docencia universitaria. Una reflexión desde la experiencia y la investigación. *Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 10(2), 125–148. <https://doi.org/10.5944/ried.2.10.996>
- Gómez Mejía, M. A., & Gutiérrez Murillo, C. C. (2017). *Reestructuración del sistema de trazabilidad de información de la empresa Aisa para mejorar niveles de servicio y fidelización de clientes* [Tesis de pregrado, Institución Universitaria Esumer]. Repositorio Institucional de la Institución Universitaria Esumer. <http://repositorio.esumer.edu.co/jspui/handle/esumer/1183>
- Gonzales Ugaz, S. L. (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* [Tesis de pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio Institucional de la Universidad San Ignacio de Loyola. <https://repositorio.usil.edu.pe/handle/20.500.14005/3706>
- González Aguilar, A., & Cabrale Serrana, D. (2010). *Componentes del Control Interno*. (1ra ed.). Biblioteca virtual de Derecho, Economía y Ciencias Sociales. <https://www.eumed.net/libros-gratis/2010d/796/index.htm>
- Gonzalez Perez, S. S. (2018). *Sistema informático de trazabilidad de control y seguimiento de los despachos de la empresa TLI Aduana S.A.C. - Chimbote, 2016* [Tesis de pregrado, Universidad San Pedro]. Repositorio Institucional de la Universidad San Pedro. <http://repositorio.usanpedro.edu.pe/handle/USANPEDRO/8114>
- Grimaldi, N. (2000). El valor de la confianza para la vida empresarial. *Revista Empresa y humanismo*, 2(1), 199–210. <https://doi.org/10.15581/015.2.33423>
- Grupo Beagle. (s/f). <https://www.beagle.com.pe/wbeagle/>



Grupo Coex. (s/f). <https://www.grupocoex.co/>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., Baptista Lucio, P., Méndez Valencia, S., & Mendoza Torres, C. P. (2014). *Metodología de la investigación*. (6ta ed.). Mc Graw Hill.

Kuznik, A., Hurtado Albir, A., & Espinal Berenguer, A. (2010). El uso de la encuesta de tipo social en traductología: características metodológicas. *MonTi Monografías de Traducción e Interpretación*, 1(2), 315–344. <https://doi.org/10.6035/monti.2010.2.14>

López Díaz, S. M. (2015). Los Métodos Mixtos de Investigación: Presupuestos Generales y Aportes a la Evaluación Educativa. *Revista portuguesa de pedagogía*, 48(1), 7–23. [https://doi.org/10.14195/1647-8614\\_48-1\\_1](https://doi.org/10.14195/1647-8614_48-1_1)

López Guzmán, F., Morgestein Sánchez, W. I., & Alarcón Quiroga, H. A. (2009). Compraventa internacional de mercaderías. Investigación y enseñanza del Convenio de Viena de 1980. *Studiositas*, 4(2), 23–37. <https://repository.ucatolica.edu.co/handle/10983/546>

Maynar Mariño, P. (2013). *La economía de la empresa en el espacio de educación superior*. (1ra ed.). McGraw-Hill.

Mendoza, J. M. (2013). Uso de las tecnologías de la información y comunicación en los procesos de la cadena de valor en las empresas del sector cacaoero. *Revista de Economía & Administración*, 10(2), 17–29. <https://revistas.uao.edu.co/ojs/index.php/REYA/article/view/139>

Morales Rodríguez, M., Benitez Hernandez, M., & Agustín Santos, D. (2013). Habilidades para la vida (cognitivas y sociales) en adolescentes de zona rural. *Revista electrónica de investigación educativa*, 15(3), 98–113. [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1607-40412013000300007&script=sci\\_abstract](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1607-40412013000300007&script=sci_abstract)

- Muñoz Rocha, C. I. (2015). *Metodología de la investigación*. (1ra ed.). Oxford University Press México.
- Najul Godoy, J. (2011). El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio. *Observatorio Laboral Revista Venezolana*, 4(8), 23–35. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=219022148002>
- Ñaupas Paitán, H., Mejía Mejía, E., Novoa Ramírez, E., & Villagomez Páucar, A. (2014). *Metodología de la investigación: cuantitativa - cualitativa y redacción de la tesis*. (4ta ed.). Ediciones de la U. [https://books.google.com.pe/books?id=VzOjDwAAQBAJ&pg=PA119&hl=es&source=gbs\\_selected\\_pages&cad=1#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=VzOjDwAAQBAJ&pg=PA119&hl=es&source=gbs_selected_pages&cad=1#v=onepage&q&f=false)
- Ospina Pinzón, S. (2015). *Calidad de servicio y valor en el transporte intermodal de mercancías. Un modelo integrador de antecedentes y consecuentes desde la perspectiva del transitario* [Tesis de doctorado, Universidad de Valencia]. Repositorio Institucional de la Universidad de Valencia. <https://roderic.uv.es/handle/10550/43626>
- Paz Couso, R. (2005). *Atención al cliente: Guía práctica de técnicas y estrategias*. (1ra ed.). Ideaspropias Editorial S.L.
- Pizzo, M. E. (2016). *Materia: Psicología Evolutiva*. [http://repositorio.filo.uba.ar/bitstream/handle/filodigital/3807/uba\\_ffyl\\_p\\_2016\\_Edu\\_Psicolog%C3%ADa%20Evolutiva.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.filo.uba.ar/bitstream/handle/filodigital/3807/uba_ffyl_p_2016_Edu_Psicolog%C3%ADa%20Evolutiva.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Pulido Carpio, J. L. (2014). *GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTROS. El último secreto*. (1ra ed.). Editorial Torino.
- PYMEX. (s/f). <http://www.pymex.pe>
- Ramírez Flórez, G., Tabares Urrea, N., & Osorio Gómez, J. C. (2017). AHP difuso para evaluar el desempeño de proveedores 3PL considerando el riesgo. *Revista facultad de ingeniería*, 26(45), 165–172. <https://doi.org/10.19053/01211129.v26.n45.2017.6424>

- Ramírez, A. V. (2009). La teoría del conocimiento en investigación científica: una visión actual. *Anales de la Facultad de Medicina*, 70(3), 217–224. <https://doi.org/10.15381/anales.v70i3.943>
- Rios Chappell, J. A. (2018). *Certificación OEA y calidad del servicio en la agencia de aduana Transoceanic S.A., Callao – 2018* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional de la Universidad César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/31055>
- Robben, X. (2016). *La cadena de valor de Michael Porter: Identifique y optimice su ventaja competitiva*. (1ra ed.). Plurilingua Publishing.
- Rodríguez Ortega, J. A. (2014). *Metodología de la Investigación*. (1ra ed.). Leyer Editores.
- Rodríguez Valencia, J. (2010). *Administración de pequeñas y medianas empresas*. (1ra ed.). Cengage Learning.
- Ros Gálvez, A. (2016). *Calidad percibida y satisfacción del usuario en los servicios prestados a personas con discapacidad intelectual* [Tesis de doctorado, Universidad Católica San Antonio de Murcia]. Repositorio Institucional de la Universidad Católica San Antonio de Murcia. <https://repositorio.ucam.edu/handle/10952/1638>
- Rovira, J. (2018). *Persona, no consumidor. Antropología, neurociencia y hormonas para el marketing*. (1ra ed.). ESIC Editorial.
- Salazar Yépez, W., & Cabrera Vallejo, M. (2016). Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo-Ecuador. *Industrial data*, 19(2), 13. <https://doi.org/10.15381/idata.v19i2.12811>
- Salirrosas Leiva, M. S. (2019). Control Interno de Mercaderías en Empresas Comerciales del Perú: Estudio de Caso Distribuciones Continental SAC, Trujillo, 2018. *Repositorio Universidad Católica los Ángeles de*

*Chimbote*, 1(1),

1–18.

<https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/13972>

Sánchez Carlessi, H., & Reyes Meza, C. (2015). *Metodología y diseños en la investigación científica*. (5ta ed.). Business Support Anneth SRL.

Sánchez España, A. L. (2017). *Evaluación de la Calidad de Servicio al Cliente en el Restaurante Pizza Diner de Gualán, Zacapa* [Tesis de pregrado, Universidad Rafael Landívar]. Repositorio Institucional de la Universidad Rafael Landívar. <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2017/01/01/Sanchez-Aby.pdf>

SUNAT. (s/f). <https://www.sunat.gob.pe/>

Williams, C. (2013). *ADMON Administración*. (6ta ed.). Cengage Learning.

# **ANEXOS**

**Anexo 1. Matriz de Operacionalización de la variable 1: Trazabilidad en el proceso de Importación**

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Items	Escala de medición
<b>VARIABLE I: TRAZABILIDAD EN EL PROCESO DE IMPORTACION</b>	Según Arenal Laza (2019), refiere que a trazabilidad en el proceso de importación son aquellos procesos preestablecidos y autosuficientes, los cuales nos da a conocer el histórico, la ubicación y la trayectoria de la mercadería a lo largo de la cadena de suministro, el cual se dimensionan en trazabilidad hacia adelante tiene relación con el cliente final, ya que son los datos de la mercadería hacia el almacén del cliente, la trazabilidad interna se refiere a los movimientos internos dentro de la empresa, donde se encontrara almacenada y la logística hacia atrás es la relación que se da con los proveedores, la cual nos permite obtener información de la mercadería. (Pg.50)	La variable I "trazabilidad en el proceso de importación", se mide a través de cuestionario El cual consiste en 9 ítems preguntas, en donde se cuenta con los indicadores para la realizar este trabajo.	<b>TRAZABILIDAD HACIA ADELANTE</b>	<b>Distribución de la Mercadería</b>	8,9	Según Hernández Sampieri et al., (2014). <b>Ordinal</b> indica que tiene un orden de mayor a menor (p. 215). <b>Razón</b> Este nivel reúne todas las características de los niveles de intervalos, ya que el cero es veraz y singular (p. 216).
			<b>TRAZABILIDAD INTERNA</b>	<b>Herramientas tecnológicas</b>	4,5	
				<b>Control de mercadería</b>	6,7	
			<b>HACIA DELANTE TRAZABILIDAD POR DETRAS</b>	<b>Mercadería</b>	1,2	
				<b>Información de proveedores</b>	3	

**Anexo 2. Matriz de Operacionalización de la variable 2: Calidad de Servicio**

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
<b>VARIABLE II: CALIDAD DE SERVICIO</b>	Según Checa (2014), indica que la mejor manera de determinar la calidad en un servicio a través del modelo SERVQUAL de Zeithaml, Parasuraman y Berry (1985, 1988), ya que este modelo basa la calidad de servicio en la diferencia que existe entre lo que esperan los clientes los cuales reciben el servicio y lo que realmente reciben una vez consumido o atendido. Esta evaluación del servicio será más favorable cuanto más unidas estén ambas percepciones: la que se espera y la que se recibe. Este modelo está conformado por 5 dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. (Pg. 20)	La variable II " Calidad de servicio ", se mide a través de cuestionario El cual consiste en 11 ítems preguntas, en donde se cuenta con los indicadores para la realizar este trabajo.	<b>ELEMENTOS TANGIBLES</b>	Instalaciones	1	Según Hernández Sampieri et al., (2014). <b>Ordinal</b> indica que tiene un orden de mayor a menor (p. 215). <b>Razón</b> Este nivel reúne todas las características de los niveles de intervalos, ya que el cero es veraz y singular (p. 216).
				selección de personal	2,3	
			<b>FIABILIDAD</b>	Servicio	4,5	
				Confianza	6,7	
			<b>CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>	Rapidez en el servicio	8	
				Habilidad	9	
			<b>SEGURIDAD</b>	Credibilidad	10	
			<b>EMPATIA</b>	Atención al cliente	11	

### Anexo 3. Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES	METODOLOGIA
<p><b><u>Problema General</u></b></p> <p>Qué relación existe entre la trazabilidad en el proceso de importación y la calidad de servicio de la agencia Megaduanas Perú Sac – San Miguel 2019?</p> <p><b><u>Problemas Específicos</u></b></p> <p>¿Qué relación existe entre trazabilidad hacia adelante con la calidad de servicio de agencia Megaduanas Perú SAC– San Miguel 2019?</p> <p>¿Qué relación existe entre la trazabilidad interna de la carga con la calidad de servicio de la agencia Megaduanas Perú sac– San Miguel 2019?</p> <p>¿Qué relación existe entre la trazabilidad atrás con la calidad de servicio de la agencia Megaduanas Perú sac– San Miguel 2019?</p>	<p><b><u>Objetivo General</u></b></p> <p>Determinar la relación que existe entre la trazabilidad en el proceso de importación con la satisfacción de los clientes en la agencia Megaduanas Perú sac – San Miguel 2019</p> <p><b><u>Objetivos Específicos</u></b></p> <p>Determinar la relación que existe entre la trazabilidad hacia adelante con la calidad de servicio de la agencia Megaduanas Perú sac – San Miguel 2019</p> <p>Determinar la relación que existe entre la trazabilidad interna con la calidad de servicio de la agencia Megaduanas Perú sac – San Miguel 2019</p> <p>Determinar la relación que existe entre la trazabilidad hacia atrás con la calidad de servicio de la agencia Megaduanas Perú sac – San Miguel 2019.</p>	<p><b><u>Hipótesis General</u></b></p> <p>Existe una relación significativa entre la trazabilidad en los procesos de importación en la calidad de servicio en la Agencia Megaduanas Perú S.A.C. – San Miguel 2019</p> <p><b><u>Hipótesis General</u></b></p> <p>Existe una relación significativa entre la trazabilidad hacia adelante y la satisfacción de los clientes de la Agencia Megaduanas Perú S.A.C. – San Miguel 2019.</p> <p>Existe una relación significativa entre la trazabilidad interna y la satisfacción de los clientes de la Agencia Megaduanas Perú S.A.C. – San Miguel 2019.</p> <p>Existe una relación significativa entre la trazabilidad hacia atrás y la satisfacción de los clientes de la Agencia Megaduanas Perú S.A.C. – San Miguel 2019.</p>	<p><b>Variable 1: Trazabilidad en el proceso de Importación</b></p> <p><b>Variable 2: Calidad de Servicio</b></p>	<p><u>Trazabilidad hacia adelante</u></p> <p>Distribución de mercadería</p> <p><u>Trazabilidad por detrás</u></p> <p>Mercadería</p> <p>Información proveedores</p> <p><u>Trazabilidad interna</u></p> <p>Herramientas tecnológicas</p> <p>Control de Mercadería</p> <p><u>Elementos Tangibles</u></p> <p>Instalación</p> <p>Selección de personal</p> <p><u>Fiabilidad</u></p> <p>Servicio</p> <p>Confianza</p> <p><u>Capacidad de respuesta</u></p> <p>Rapidez en el servicio</p> <p>Habilidad</p> <p><u>Seguridad</u></p> <p>Credibilidad</p> <p><u>Empatía</u></p> <p>Atención al cliente</p>	<p><u>Diseño de investigación</u></p> <p>_No experimental – transversal</p> <p><u>Tipo de investigación</u></p> <p>Aplicada</p> <p><u>Nivel de investigación</u></p> <p>Aplicativa causal</p> <p><u>Población</u></p> <p>50</p> <p><u>Muestra</u></p> <p>32</p> <p><u>Técnica de procedimiento de información</u></p> <p>Programa SPSS23</p>



#### Anexo 4. Instrumento de recolección de datos



#### VARIABLE 1: DE TRAZABILIDAD EN EL PROCESO DE IMPORTACION

VARIABLE Y: TRAZABILIDAD EN EL PROCESO DE IMPORTACION						
	DIMENSIÓN 1: Trazabilidad por detrás	TDA	DA	I	ED	TED
1	¿Cree que la empresa cuenta con instalaciones físicas idóneas para el buen desarrollo de sus actividades?					
2	¿Considera usted que sería beneficioso ejecutar un sistema en donde le indique que su mercadería a llegado?					
3	¿Considera usted que sería beneficioso ejecutar un sistema en donde le indique que su mercadería a llegado?					
	DIMENSIÓN 2: Trazabilidad interna	TDA	DA	I	ED	TED
4	¿Cree usted que la empresa cuenta con la tecnología necesaria para desempeñar sus labores?					
5	¿Considera usted que brindar una aplicación móvil le facilitara ver el status de su carga en tiempo real?					
6	¿Considera que la empresa le brinda información de la salida de la mercadería del almacén como control antes de ser recibida por el cliente?					
7	¿Considera que la empresa maneja los procesos de control de mercadería cuando esta tarjada en el almacén?					
	DIMENSIÓN 3: Trazabilidad hacia delante	TDA	DA	I	ED	TED
8	¿Considera que la empresa cuenta con unidades propias para la distribución de la mercadería?					
9	¿Considera que la distribución de la mercadería se da en el tiempo y fecha preestablecido?					

FUENTE: ELABORACION PROPIA

**VARIABLE 2: CALIDAD DE SERVICIO**

<b>VARIABLE X: Calidad de Servicio</b>						
	<b>DIMENSIÓN 1: Elementos tangibles</b>	<b>TDA</b>	<b>DA</b>	<b>I</b>	<b>ED</b>	<b>TED</b>
<b>1</b>	¿Cree usted que la empresa cuenta con instalaciones idóneas para el buen desarrollo de sus actividades?					
<b>2</b>	¿Considera que las empresas tienen el personal idóneo para llevar a cabo sus despachos aduaneros?					
<b>3</b>	¿Considera usted que la empresa capacita a su personal para que ofrecer una buena atención?					
	<b>DIMENSIÓN 2: Fiabilidad.</b>	<b>TDA</b>	<b>DA</b>	<b>I</b>	<b>ED</b>	<b>TED</b>
<b>4</b>	¿Se encuentra satisfecho con el servicio que ofrece la empresa?					
<b>5</b>	¿Considera usted que atender una solicitud en el tiempo oportuno es vital para el cliente?					
<b>6</b>	¿Considera usted que atender una solicitud en el tiempo oportuno es vital para el cliente?					
<b>7</b>	¿Considera usted que un buen servicio, permite fidelizar a los clientes de la empresa?					
	<b>DIMENSIÓN 3: Capacidad de respuesta</b>	<b>TDA</b>	<b>DA</b>	<b>I</b>	<b>ED</b>	<b>TED</b>
<b>8</b>	¿Considera que la empresa brinda un servicio rápido respecto a sus despachos aduaneros?					
<b>9</b>	¿Considera que es importante que el sectorista que ve su cuenta tenga habilidad para resolver problemas en los despachos?					
	<b>DIMENSIÓN 4: Seguridad</b>					
<b>10</b>	¿Considera que es importante que el sectorista que ve su cuenta tenga habilidad para resolver problemas en los despachos?					
	<b>DIMENSION 5: Empatía</b>					
<b>11</b>	¿Considera que en la actualidad el cliente es más exigente en el servicio que le ofrecen?					

**FUENTE: ELABORACION PROPIA**

## Anexo 5. Autorización de la Organización



Señores

**UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO**

Escuela de Negocios

Yo Jaime Salinas identificado con DNI N° \*\*\*\*\*, en calidad de Representante Legal de la Agencia de Aduanas MEGADUANAS PERU SAC, autorizo a Katty Sugei Torres Calle, estudiante de la Universidad Cesar Vallejo, a utilizar la 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, escritos, expedientes, 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 fuese observadas en la empresa durante la duración del proyecto y (3) no utilizar completa o parcial ninguno de los productos (documentos, metodología, procesos y demás) relacionados 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 a llegar a convertirse en una herramienta didáctica que apoye la información de los estudiantes de la Escuela de Negocios.

En caso de alguna(s) de las condiciones anteriores sea(n) infringida(s), el estudiante queda sujeto a la responsabilidad civil por daños y perjuicios que cause a la Agencia MEGADUANAS PERU SAC, así como a las sanciones de carácter penal o legal que se hiciere acreedor.

Atentamente



Jaime Salinas Oviedo  
DNI: 25473466  
REPRESENTANTE LEGAL  
MEGADUANAS PERU SAC

Jr. Hernando de Soto N° 210 - 212 • San Miguel, Lima, Perú • Tel.: 452-2228 / 464-1441 / 464-4134  
www.megaduanas.com

## Anexo 6. Validación del instrumento por los expertos



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE DE TRAZABILIDAD EN EL PROCESO DE IMPORTACION

Nº	DIMENSIONES / Items	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
1	<b>DIMENSIÓN 1: MERCADERIA</b> ¿Considera que la empresa debería brindar información antes que la mercadería sea embarcada hacia Perú?	/		/		/		
2	¿Considera usted que sería beneficioso ejecutar un sistema en donde le indique que su mercadería ha llegado?	/		/		/		
3	<b>DIMENSIÓN 2: INFORMACIÓN DEL PROVEEDOR</b> ¿Considera usted que la agencia debe informar al cliente acerca del proveedor que ha adquirido la mercadería?	SI	No	SI	No	SI	No	
4	<b>DIMENSIÓN 3: HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS</b> ¿Cree usted que la empresa cuenta con la tecnología necesaria para desempeñar sus labores?	/		/		/		
5	¿Considera usted que brindar una aplicación móvil le facilitara ver el status de su carga en tiempo real?	SI	No	SI	No	SI	No	
6	<b>DIMENSIÓN 4: CONTROL DE MERCADERIA</b> ¿Considera que la empresa le brinda información de la salida de la mercadería del almacén como control antes de ser recibida por el cliente?	/		/		/		
7	¿Considera que la empresa maneja los procesos de control de mercadería cuanto esta cargada en el almacén?	/		/		/		
8	<b>DIMENSIÓN 5: DISTRIBUCIÓN DE MERCADERIA</b> ¿Considera que la empresa cuenta con unidades propias para la distribución de la mercadería?	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
9	¿Considera que la distribución de la mercadería se da en el tiempo y fecha preestablecido?	/		/		/		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad:   Aplicable (X)   No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Mg. Otavio Chavez Maribel Juliana   DNI: 4603309

Especialidad del validador: Lic. Administración

20/06/19

Firma del Experto Informante.


CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO

Nº	DIMENSIONES / Items	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
1	<b>DIMENSION 1: Instalaciones</b> ¿Cree usted que la empresa cuenta con instalaciones idóneas para el buen desarrollo de sus actividades?							
2	<b>DIMENSION 2: Selección del personal</b> ¿Considera que las empresas tiene el personal idóneo para llevar a cabo sus despachos aduaneros? ¿Considera usted que la empresa capacita a su personal para que ofrezca una buena atención?							
3	<b>DIMENSION 3: Servicio</b> Se encuentra satisfecho con el servicio que ofrece la empresa ¿Considera usted que atender una solicitud en el tiempo oportuno es vital para el cliente?							
4	<b>DIMENSION 4: Confianza</b> ¿Considera usted que la empresa le genera confianza para realizar sus diferentes gestiones aduaneras? ¿considera usted que un buen servicio, permite fidelizar a los clientes de la empresa?							
5	<b>DIMENSION 5: Rapidez en el servicio</b> Considera que la empresa brinda un servicio rápido respecto a sus despachos aduaneros							
6	<b>Dimensión 6:Habilidad</b> ¿Considera que es importante que el sectorista que tiene su cuenta tenga habilidad para resolver problemas en los despachos?							
7	<b>Dimensión 7: Credibilidad</b> ¿Considera que los asistentes de importaciones de la agencia de aduana le generan credibilidad en toda la información brindada en el despacho?							
8	<b>Dimensión 8: atención al cliente</b> Considera que en la actualidad el cliente es más exigente en el servicio que se ofrecen?							
9	¿Considera que el cliente es la razón de ser de la empresa y por ende debe de cuidar que este conforme con el servicio?							

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad:  Aplicable  No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Mg. Gladys Chazar Naranjo Solares DNI: 46103307

2010/11  


Firma del Experto Informante.



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE DE TRAZABILIDAD EN EL PROCESO DE IMPORTACION

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia¹		Relevancia²		Claridad³		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
1	<b>DIMENSION 1: MERCADERIA</b> ¿Considera que la empresa debería brindar información antes que la mercadería sea embarcada hacia Perú?	/		/				
2	¿Considera usted que sería beneficioso ejecutar un sistema en donde le indique que su mercadería ha llegado?	/						
3	<b>DIMENSION 2: INFORMACION DEL PROVEEDOR</b> ¿Considera usted que la agencia debe informar al cliente acerca del proveedor que ha adquirido la mercadería?	SI	No	SI	No	SI	No	
4	<b>DIMENSION 3: HERRAMIENTAS TECNOLOGICAS</b> ¿Cree usted que la empresa cuenta con la tecnología necesaria para desempeñar sus labores?							
5	¿Considera usted que brindar una aplicación móvil le facilitara ver el status de su carga en tiempo real?	SI	No	SI	No	SI	No	
6	<b>DIMENSION 4: CONTROL DE MERCADERIA</b> ¿Considera que la empresa le brinda información de la salida de la mercadería del almacén como control antes de ser recibida por el cliente?	/		/		/		
7	¿Considera que la empresa maneja los procesos de control de mercadería cuando esta cargada en el almacén?	/		/		/		
8	<b>DIMENSION 5: DISTRIBUCION DE MERCADERIA</b> ¿Considera que la empresa cuenta con unidades propias para la distribución de la mercadería?	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
9	¿Considera que la distribución de la mercadería se da en el tiempo y fecha preestablecido?	/		/		/		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: PAULINA LERNOY PAUL GARCERAN   DNI: 2.56.911.79

Especialidad del validador: ECONOMISTA

Firma del Experto Informante.

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO**

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
1	<b>DIMENSION 1: Instalaciones</b> ¿Cree usted que la empresa cuenta con instalaciones idóneas para el buen desarrollo de sus actividades? <b>DIMENSION 2: Selección del personal</b> ¿Considera que las empresas tiene el personal idóneo para llevar a cabo sus despachos aduaneros? ¿Considera usted que la empresa capacita a su personal para que ofrezca una buena atención?	SI		SI		SI		
4.	<b>DIMENSION 3: Servicio</b> Se encuentra satisfecho con el servicio que ofrece la empresa ¿Considera usted que atender una solicitud en el tiempo oportuno es vital para el cliente?	SI		SI		SI		
6.	<b>DIMENSION 4: Confianza</b> ¿Considera usted que la empresa le genera confianza para realizar sus diferentes gestiones aduaneras? ¿considera usted que un buen servicio, permite fidelizar a los clientes de la empresa?	SI		SI		SI		
	<b>DIMENSION 5: Rapidez en el servicio</b> Considera que la empresa brinda un servicio rápido respecto a sus despachos aduaneros	SI		SI		SI		
8.	<b>Dimensión 6: Habilidad</b> ¿Considera que es importante que el sectorista que tiene su cuenta tenga habilidad para resolver problemas en los despachos?	SI		SI		SI		
9	<b>Dimensión 7: Credibilidad</b> ¿Considera que los asistentes de importaciones de la agencia de aduana le generan credibilidad en toda la información brindada en el despacho?	SI		SI		SI		
10	<b>Dimensión 8: atención al cliente</b> Considera que en la actualidad el cliente es más exigente en el servicio que le ofrecen?	SI		SI		SI		
11	¿Considera que el cliente es la razón de ser de la empresa y por ende debe de cuidar que este conforme con el servicio?	SI		SI		SI		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable [ ]    No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador, Dr./Mg: JAYSON L. A. S. I. P. A. M. C.    DNI: 2.1.2.9.1.1.1.9

Especialidad del validador: E. G. O. P. A. S. I. V.  
  
 Firma del Experto Informante.



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE DE TRAZABILIDAD EN EL PROCESO DE IMPORTACION

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
1	<b>DIMENSION 1: MERCADERIA</b> ¿Considera que la empresa debería brindar información antes que la mercadería sea embarcada hacia Perú? ¿Considera usted que sería beneficioso ejecutar un sistema en donde le indique que su mercadería ha llegado?							
2	<b>DIMENSION 2: INFORMACION DEL PROVEEDOR</b> ¿Considera usted que la agencia debe informar al cliente acerca del proveedor que ha adquirido la mercadería?							
3	<b>Dimensión 3 : HERRAMIENTAS TECNOLOGICAS</b> ¿Cree usted que la empresa cuenta con la tecnología necesaria para desempeñar sus labores? ¿Considera usted que brindar una aplicación móvil le facilitara ver el status de su carga en tiempo real?							
4	<b>Dimensión 4: CONTROL DE MERCADERIA</b> ¿Considera que la empresa le brinda información de la salida de la mercadería del almacén como control antes de ser recibida por el cliente?							
5	¿Considera que la empresa maneja los procesos de control de mercadería cuando esta varjada en el almacén?							
6	<b>Dimensión 5: DISTRIBUCION DE MERCADERIA</b> ¿Considera que la empresa cuenta con unidades propias para la distribución de la mercadería? ¿Considera que la distribución de la mercadería se da en el tiempo y fecha preestablecido?							
7								
8								
9								

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable [ ]    No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Mg. *Alberto Leon Augusto*

Especialidad del validador: *Contador*

Aplicable después de corregir [ ]    No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador: *Alberto Leon Augusto*

Especialidad del validador: *Contador*

DNI: *07725189*

Firma del Experto Informante: *[Signature]*



**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO**

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
1	<b>DIMENSION 1: Instalaciones</b> ¿Cree usted que la empresa cuenta con instalaciones idóneas para el buen desarrollo de sus actividades?	✓						
2	<b>DIMENSION 2: Selección del personal</b> ¿Considera que las empresas tienen el personal idóneo para llevar a cabo sus despachos aduaneros? ¿Considera usted que la empresa capacita a su personal para que ofrezca una buena atención?	✓						
3	<b>DIMENSION 3: Servicio</b> Se encuentra satisfecho con el servicio que ofrece la empresa ¿Considera usted que atender una solicitud en el tiempo oportuno es vital para el cliente?	✓						
4	<b>DIMENSION 4: Confianza</b> ¿Considera usted que la empresa le genera confianza para realizar sus diferentes gestiones aduaneras? ¿considera usted que un buen servicio, permite fidelizar a los clientes de la empresa?	✓						
5	<b>DIMENSION 5: Rapidez en el servicio</b> Considera que la empresa brinda un servicio rápido respecto a sus despachos aduaneros	✓						
6	<b>DIMENSION 6: Habilidad</b> ¿Considera que es importante que el sectorista que tiene su cuenta tenga habilidad para resolver problemas en los despachos?	✓						
7	<b>DIMENSION 7: Credibilidad</b> ¿Considera que los asistentes de importaciones de la agencia de aduana le generan credibilidad en toda la información brindada en el despacho?	✓						
8	<b>DIMENSION 8: atención al cliente</b> Considera que en la actualidad el cliente es más exigente en el servicio que le ofrecen? ¿Considera que el cliente es la razón de ser de la empresa y por ende debe de cuidar que este conforme con el servicio?	✓						
9								
10								
11								

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [ ]

No aplicable [ ]

Aplicable después de corregir [ ]

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. / Mg:

Juan Carlos Angulo

DNI:

0771519

Firma del Experto Informante: