

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA

Facultad de Ciencias Empresariales

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES



**LOS SERVICIOS DE LAS AGENCIAS DE ADUANA Y SU INFLUENCIA EN LA
CALIDAD PERCIBIDA POR LAS EMPRESAS EXPORTADORAS DEL SECTOR
AGROINDUSTRIAL DE LA REGIÓN DE TACNA, AÑO 2018**

TESIS

PRESENTADA POR:

BACH. MARIA GRAZZIA ALVITES CERVANTES

ASESOR:

Mag. Martha Gallegos Arata

Para optar el título profesional de:

LICENCIADO DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

TACNA – PERÚ

2021

DEDICATORIA

A mi madre Lourdes Amparo Cervantes Castillo, por ser el pilar fundamental de mi vida y a mi hermana Claudiné Lizbeth Gutierrez Cervantes por ser mi cómplice y confidente; ustedes me brindaron su entrega, perseverancia y sacrificio, muchas gracias por tanto amor.

A mis amigos más cercanos quienes sin esperar nada a cambio son partícipes y fieles creyentes de mis inventos, muchas gracias por estos años de amistad, lealtad y recuerdos.

AGRADECIMIENTO

A mi familia por su apoyo incondicional para la concreción de mi tesis.

A mi asesor, por su constante apoyo, orientación y motivación para poder concluir la presente investigación.

TABLA DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	1
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1. Descripción del problema	3
1.2. Formulación del problema	5
1.2.1. Problema principal	5
1.2.2. Problemas secundarios	5
1.3. Justificación de la investigación	6
1.4. Objetivos	7
1.4.1. Objetivo General	7
1.4.2. Objetivos específicos	7
II. MARCO TEÓRICO	8
2.1. Antecedentes	8
2.1.1. Antecedentes internacionales	8
2.1.2. Antecedentes nacionales	11
2.1.3. Antecedentes locales	16
2.2. Bases Teóricas	21
2.2.1. Agentes de aduana	21
2.2.2. Calidad	30
2.3. Definición de conceptos básicos	46
2.4. Sistema de Hipótesis	50
2.4.1. Hipótesis general	50

2.4.2.	Hipótesis específicas	51
2.5.	Sistema de Variables.....	51
2.6.	Escala de Valoración	53
III.	METODOLOGÍA	55
3.1.	Tipo de Investigación.....	55
3.2.	Nivel de Investigación	55
3.3.	Diseño de la Investigación.....	56
3.4.	Ámbito de la Investigación.....	56
3.4.1.	Ámbito Espacial:	56
3.4.2.	Ámbito temporal.....	57
3.4.3.	Ámbito Social.....	57
3.4.4.	Ámbito Conceptual.....	57
3.5.	Población y Muestra del estudio.....	58
3.5.1.	Población	58
3.5.2.	Muestra.....	59
3.6.	Técnicas e Instrumentos de recolección de Datos	61
3.6.1.	Técnica	61
3.6.2.	Instrumento.....	61
3.7.	Técnica de procesamiento y análisis de datos	62
3.8.	Selección y validación de los instrumentos de investigación	62
3.8.1.	Validación del Instrumento de Investigación	62
3.8.2.	Confiabilidad	62
IV.	RESULTADOS.....	86

4.1.	Presentación de Resultados.....	86
4.1.1.	Variable Independiente: Servicios de las Agencias de Aduana	86
4.2.	Contrastación de la Hipótesis	150
4.2.1.	Hipótesis Específicas.....	150
4.2.2.	Hipótesis General	154
V.	CONCLUSIONES	156
VI.	RECOMENDACIONES	160
VII.	REFERENCIAS	164
VIII.	APÉNDICE	169

LISTA DE TABLAS

Tabla N°1 Modelo SERVQUAL, el cual expone 05 dimensiones de calidad y son las siguientes:.....	37
Tabla N°2 Variable Independiente: Servicios de las Agencias de Aduana	51
Tabla N°3 Variable Dependiente: Calidad percibida por las Empresas Exportadoras	52
Tabla N°4 Variable Independiente: Valoración realizada por las Agencias de Aduana	54
Tabla N°5 Variable Dependiente: Valoración realizada por las Empresas Exportadoras	54
Tabla N°6 Estadísticas de fiabilidad de los Servicios de las Agencias de Aduana ...	63
Tabla N°7 Estadísticas de fiabilidad de los elementos de los Servicios de las Agencias de Aduana.....	64
Tabla N°8 Estadísticas de fiabilidad de la Importancia de los Trámites Aduaneros .	67
Tabla N°9 Estadísticas de fiabilidad de los elementos de la Importancia de los Trámites Aduaneros	68
Tabla N°10 Estadísticas de fiabilidad de la Importancia de los Servicios Aduaneros	68
Tabla N°11 Estadísticas de fiabilidad de los elementos de la Importancia de los Servicios Aduaneros.....	69
Tabla N°12 Estadísticas de fiabilidad de la Frecuencia de los Trámites Aduaneros .	70
Tabla N°13 Estadísticas de fiabilidad de los elementos de la Frecuencia de los Trámites Aduaneros	70
Tabla N°14 Estadísticas de fiabilidad de la Frecuencia de los Servicios Aduaneros	71

Tabla N°15 Estadísticas de fiabilidad de los elementos de la Frecuencia de los Servicios Aduaneros.....	71
Tabla N°16 Estadísticas de fiabilidad de la Rentabilidad de los Trámites Aduaneros	72
Tabla N°17 Estadísticas de fiabilidad de los elementos de la Rentabilidad de los Trámites Aduaneros	73
Tabla N°18 Estadísticas de fiabilidad de la Rentabilidad de los Servicios Aduaneros	74
Tabla N°19 Estadísticas de fiabilidad de los elementos de la Rentabilidad de los Servicios Aduaneros.....	74
Tabla N°20 Estadísticas de fiabilidad de la Calidad Percibida por las Empresas Exportadoras	75
Tabla N°21 Estadísticas de fiabilidad de los elementos de la Calidad Percibida por las Empresas Exportadoras	76
Tabla N°22 Estadísticas de fiabilidad de la dimensión Tangibilidad	79
Tabla N°23 Estadísticas de fiabilidad de los elementos de la dimensión Tangibilidad	79
Tabla N°24 Estadísticas de fiabilidad de la dimensión Fiabilidad.....	80
Tabla N°25 Estadísticas de fiabilidad de los elementos de la dimensión Fiabilidad	80
Tabla N°26 Estadísticas de fiabilidad de la dimensión Capacidad de Respuesta	81
Tabla N°27 Estadísticas de fiabilidad de los elementos de la dimensión Capacidad de Respuesta	82
Tabla N°28 Estadísticas de fiabilidad de la dimensión Seguridad.....	83
Tabla N°29 Estadísticas de fiabilidad de los elementos de la dimensión Seguridad	83
Tabla N°30 Estadísticas de fiabilidad de la dimensión Empatía	84

Tabla N°31 Estadísticas de fiabilidad de los elementos de la dimensión Empatía....	85
Tabla N°32 Tiempo de operación de las Agencias de Aduana.....	86
Tabla N°33 Personal permanente en las Agencias de Aduana	87
Tabla N°34 Personal temporal en las Agencias de Aduana.....	88
Tabla N°35 Documentos de gestión de las Agencias de Aduana	89
Tabla N°36 Empleo de Internet por las Agencias de Aduana.....	91
Tabla N°37 Importancia de los Trámites Aduaneros.....	93
Tabla N°38 Frecuencia de los Trámites Aduaneros.....	94
Tabla N°39 Rentabilidad de los Trámites Aduaneros.....	95
Tabla N°40 Importancia del Requerimiento de servicio en comercio exterior, generación de solicitudes y recepción.....	96
Tabla N°41 Importancia de la Documentación aduanera: elaboración y preparación	97
Tabla N°42 Importancia del Trámite del despacho aduanero.....	97
Tabla N°43 Importancia de la Inspección de la carga de exportación.....	98
Tabla N°44 Importancia del Despacho de la carga de exportación	98
Tabla N°45 Importancia del Monitoreo del embarque de la carga de exportación ...	99
Tabla N°46 Frecuencia del Requerimiento de servicio en comercio exterior, generación de solicitudes y recepción.....	99
Tabla N°47 Frecuencia de la Documentación aduanera: elaboración y preparación	100
Tabla N°48 Frecuencia del Trámite del despacho aduanero.....	101
Tabla N°49 Frecuencia de la Inspección de la carga de exportación.....	101
Tabla N°50 Frecuencia del Despacho de la carga de exportación.....	104
Tabla N°51 Frecuencia del Monitoreo del embarque de la carga de exportación ...	105

Tabla N°52 Rentabilidad del Requerimiento de servicio en comercio exterior, generación de solicitudes y recepción.....	105
Tabla N°53 Rentabilidad de la Documentación aduanera: elaboración y preparación	104
Tabla N°54 Rentabilidad del Trámite del despacho aduanero.....	104
Tabla N°55 Rentabilidad de la Inspección de la carga de exportación.....	105
Tabla N°56 Rentabilidad del Despacho de la carga de exportación	105
Tabla N°57 Rentabilidad del Monitoreo del embarque de la carga de exportación.	110
Tabla N°58 Importancia de los Servicios Aduaneros	111
Tabla N°59 Frecuencia de los Servicios Aduaneros	111
Tabla N°60 Rentabilidad de los Trámites Aduaneros.....	112
Tabla N°61 Importancia del Asesoramiento en comercio exterior: temas normativos, técnicos y operacionales.....	112
Tabla N°62 Importancia de la Negociación de precios y condiciones: de las mercancías a exportarse	113
Tabla N°63 Importancia de la Gestión documentaria: del proceso de exportación.	114
Tabla N°64 Importancia de la Valoración: de las mercancías a exportarse.....	114
Tabla N°65 Importancia de la Información estadística actualizada: temas aduaneros, jurídicos y de comercio exterior.....	115
Tabla N°66 Frecuencia del Asesoramiento en comercio exterior: temas normativos, técnicos y operacionales.....	116
Tabla N°67 Frecuencia de la Negociación de precios y condiciones: de las mercancías a exportarse.	116
Tabla N°68 Frecuencia de la Gestión Documentaria: del proceso de exportación..	117
Tabla N°69 Frecuencia de la Valoración: de las mercancías a exportarse	118

Tabla N°70 Frecuencia de la información estadística actualizada: temas aduaneros, jurídicos y de comercio exterior.....	118
Tabla N°71 Rentabilidad del Asesoramiento en comercio exterior: temas normativos, técnicos y operacionales.....	119
Tabla N°72 Rentabilidad de la Negociación de precios y condiciones: de las mercancías a exportarse	120
Tabla N°73 Rentabilidad de la Gestión documentaria: del proceso de exportación	121
Tabla N°74 Rentabilidad de la Valorización: de las mercancías a exportarse.....	122
Tabla N°75 Rentabilidad de la Información estadística actualizada: temas aduaneros, jurídicos y de comercio exterior.....	123
Tabla N°76 Tiempo de operación de las empresas agroindustriales exportadoras ..	124
Tabla N°77 Personal permanente en las empresas agroindustriales exportadoras ..	125
Tabla N°78 Personal temporal en las empresas agroindustriales exportadoras.....	126
Tabla N°79 Expectativa por el Volumen exportado por las empresas agroindustriales exportadoras	128
Tabla N°80 Expectativa por el Precio de exportación por las empresas agroindustriales exportadoras	129
Tabla N°81 Apoyo del Estado a las empresas agroindustriales exportadoras	130
Tabla N°82 Importaciones realizadas por las empresas agroindustriales exportadoras	130
Tabla N°83 Resultados de la Dimensión: Tangibilidad.....	131
Tabla N°84 Resultados del Indicador 1: Equipamiento y Tecnología.....	132
Tabla N°85 Resultados del Indicador 2: Instalaciones físicas	133
Tabla N°86 Resultados del Indicador 3: Apariencia de los empleados	134
Tabla N°87 Resultados del Indicador 4: Elementos materiales y documentación ..	134

Tabla N°88 Resultados de la Dimensión: Fiabilidad	135
Tabla N°89 Resultados del Indicador 5: Cumplimiento de promesas	135
Tabla N°90 Resultados del Indicador 6: Interés por solucionar problemas.....	137
Tabla N°91 Resultados del Indicador 7: Regularidad del servicio	138
Tabla N°92 Resultados del Indicador 8: Cumplimiento de plazos	139
Tabla N°93 Resultados del Indicador 9: Registros sin errores	139
Tabla N°94 Resultados de la Dimensión: Capacidad de respuesta.....	140
Tabla N°95 Resultados del Indicador 10: Información de las condiciones de servicio	141
Tabla N°96 Resultados del Indicador 11: Rapidez en el servicio.....	142
Tabla N°97 Resultados del Indicador 12: Disposición a ayudar	143
Tabla N°98 Resultados del Indicador 13: Rapidez en la respuesta a preguntas	143
Tabla N°99 Resultados de la Dimensión: Seguridad	144
Tabla N°100 Resultados del Indicador 14: Confiabilidad de los empleados.....	145
Tabla N°101 Resultados del Indicador 15: Seguridad en las transacciones	146
Tabla N°102 Resultados del Indicador 16: Trato amable	147
Tabla N°103 Resultados del Indicador 17: Apoyo de la Agencia a sus empleados	147
Tabla N°104 Resultados de la Dimensión: Seguridad	148
Tabla N°105 Resultados del Indicador 18: Atención individualizada.....	149
Tabla N°106 Resultados del Indicador 19: Atención personalizada.....	151
Tabla N°107 Resultados del Indicador 20: Conocimiento de las necesidades de los clientes.....	153
Tabla N°108 Resultados del Indicador 21: Enfoque en los intereses de los clientes	148
Tabla N°109 Resultados del Indicador 22: Horarios de trabajo adecuados.....	149

Tabla N° 110 Indicador para la primera hipótesis específica.....	151
Tabla N° 111 Indicador para la segunda hipótesis específica.....	153
Tabla N° 112 Definición de las actividades de mejora de las Agencias de Aduana.	181
Tabla N° 113 Ejecución de las actividades de mejora de las Agencias de Aduana..	182
Tabla N° 114 Financiamiento de las actividades de mejora de las Agencias de Aduana.....	183
Tabla N° 115 Seguimiento y control de las actividades de mejora de las Agencias de Aduana.....	184
Tabla N° 116 Definición de las actividades de mejora de las Empresas Agroindustriales Exportadoras.....	185
Tabla N° 117 Ejecución de las actividades de mejora de las Empresas Agroindustriales Exportadoras	187
Tabla N° 118 Financiamiento de las actividades de mejora de las Empresas Agroindustriales Exportadoras.....	188
Tabla N° 119 Seguimiento y control de las actividades de mejora de las Empresas Agroindustriales Exportadoras.....	190

RESUMEN

En la investigación se analizan los servicios que brindan las Agencias de Aduana a sus clientes empresariales y su influencia en la calidad percibida de sus servicios por parte de las Empresas Exportadoras del sector agroindustrial de la región de Tacna.

En la investigación se obtuvo información directamente de las Agencias de Aduana y de las Empresas Exportadoras del sector agroindustrial, dado que por su cantidad no fue recomendable establecer una muestra de estudio. En el primer caso, se aplicó un cuestionario a todas las Agencias de Aduana que operan actualmente en la región y, en el segundo caso, se tomó como factor de selección el que las empresas exportadoras lo hubieran hecho por lo menos durante los 2 últimos años.

En lo relacionado al marco teórico, se consultaron varias fuentes bibliográficas, seleccionando las más relevantes al propósito de la investigación. El trabajo de campo se hizo de manera exhaustiva con cada uno de los sujetos de estudio. En el análisis de la información obtenida se empleó el software estadístico SPSS, interpretando los resultados obtenidos con la aplicación de los conocimientos adquiridos en el proceso de formación profesional.

Con la investigación se llegó a establecer que, en la región de Tacna, sí existe influencia positiva de los servicios que brindan las Agencias de Aduana en la calidad percibida de las Empresas Exportadoras del sector agroindustrial. Esta relación es directa y de nivel regular o aceptable, en el caso de los trámites aduaneros que ofrecen

destaca el despacho aduanero y, en el caso de los servicios aduaneros destaca la gestión documentaria del proceso de exportación. Los aspectos de la calidad mejor valorados son la seguridad que sienten las empresas agroexportadoras y la empatía que caracteriza al personal de las Agencias de Aduana.

Palabras clave: Exportación, Calidad, Servicios, Agencias de Aduana, Agroindustria

ABSTRACT

The research analyzes the services that Customs Agencies provide to their business clients and their influence on the perceived quality of their services by Exporting Companies of the agro-industrial sector of the Tacna region.

In the research, information was obtained directly from the Customs Agencies and Exporting Companies of the agro-industrial sector, given that due to its quantity it was not advisable to establish a study sample. In the first case, a questionnaire was applied to all Customs Agencies currently operating in the region and, in the second case, the selection factor was that the exporting companies had done so for at least the last 2 years.

Regarding the theoretical framework, several bibliographic sources were consulted, selecting the most relevant to the purpose of the research. The field work was done exhaustively with each of the study subjects. In the analysis of the information obtained, the SPSS statistical software was used, interpreting the results obtained with the application of the knowledge acquired in the professional training process.

With the research, it was established that, in the Tacna region, there is a positive influence of the services provided by Customs Agencies on the perceived quality of Exporting Companies in the agro-industrial sector. This relationship is direct and of a regular or acceptable level, in the case of the customs procedures offered, the customs clearance stands out and, in the case of the customs services, the documentary

management of the export process stands out. The aspects of quality that are most highly valued are the security that agro-export companies feel and the empathy that characterizes the personnel of the Customs Agencies.

Keywords: Export, Quality, Services, Customs Agencies, Agroindustry

INTRODUCCIÓN

El trabajo de tesis “Los Servicios de las Agencias de Aduana y su influencia en la Calidad Percibida por las Empresas Exportadoras del Sector Agroindustrial de la Región de Tacna, año 2018”, tiene su desarrollo en cinco capítulos.

El primer capítulo desarrolla el planteamiento del problema en el cual se presenta la descripción del problema, describiendo las características del mismo, además de la formulación del problema general y problemas específicos, seguidamente se explica la justificación de la investigación para luego continuar con el desarrollo de los objetivos general y específicos de estudio.

En la segunda parte de la tesis se presenta el marco teórico, el cual desarrolla las teorías relacionadas a los Servicios de las Agencias de Aduana y la Calidad Percibida por las empresas del sector agroindustrial, para lo cual se presentan los antecedentes (internacionales, nacionales y locales) de la investigación, bases teóricas y definición de conceptos básicos.

El tercer punto describe la metodología empleada, se plantea la hipótesis general e hipótesis específicas de la investigación, sus variables e indicadores, especificando el tipo, nivel, diseño, ámbito de la investigación, además de la población y muestra del estudio; también se especifica cuáles son los criterios de selección de la población a encuestar y los aspectos relacionados con el procesamiento de datos.

El cuarto capítulo presenta los resultados de la investigación. Se hace la discusión de los resultados de ambas variables, tanto en las preguntas generales como en las específicas, relacionadas a los objetivos de la investigación. De igual manera, se hace la contrastación de la hipótesis general y de las hipótesis específicas.

Finalmente, se presentan las conclusiones que se realizaron luego del análisis de los resultados obtenidos y se hacen las sugerencias correspondientes. Se presentan también las referencias que sustentan el desarrollo de la presente investigación; así como los apéndices respectivos.

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción del problema

Las Agencias de Aduana cuentan con personal y agentes de aduana con la formación y los conocimientos que permiten a las empresas exportadoras realizar sus operaciones de manera efectiva, brindando asesoría, gestión de permisos y/o autorizaciones, trámites aduaneros, etc. En varios casos, la ley (ADUANAS, 2009) limita el desarrollo de ciertas funciones a la actuación obligatoria de un Agente Aduanero.

Es por ello que se considera a las Agencias de Aduana como un eslabón sumamente especializado e insustituible en la cadena de valor de los productos agroindustriales que son exportados.

Las Agencias de Aduana prestan sus servicios por cuenta y representación de sus clientes ante la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria - SUNAT, cautelando y respondiendo en función de los intereses nacionales contemplados en la normatividad legal, de igual manera velan por los intereses comerciales de sus representados. Cumplen un rol importante al captar impuestos para el Estado, incidiendo por ello en la economía peruana.

Al 31/12/2018 en la ciudad de Tacna operaban 31 Agencias de Aduana (Tributaria, 2018) siendo varias de ellas parte de una empresa de alcance nacional o bien, mantienen alianzas estratégicas con Agencias de Aduana de otras jurisdicciones, principalmente Lima, para mejor prestar sus servicios a sus clientes.

En Tacna, el sector agroindustrial representa aproximadamente el 7% del PBI de la región. Se desarrolla principalmente en los valles interandinos y costeros. Sin embargo, su importancia es mucho mayor en el comercio exterior, en el que se exportó por un monto de US\$ 35'810,040 que representó el 27.8% del valor total exportado en Tacna (en el periodo comprendido entre octubre del año 2017 y octubre del año 2018), liderando así las exportaciones regionales (Redacción, 2017); en segundo lugar, se ubicó la minería con el 27.5% del total exportado; en tercer lugar se encuentra la pesca, con el 25.7% del total de las exportaciones.

Entre los productos bandera (NOTICIAS, 2011) de la región Tacna se tiene al orégano y la aceituna. No sólo son representativos de la región sino que además, son considerados únicos en su origen o desarrollo, por poseer características diferenciales que reportan ventajas comparativas. Además, es conocido el hecho de que en ambos productos se han desarrollado ventajas competitivas, su producción se caracteriza por una alta productividad y rentabilidad.

Las empresas del sector agroindustrial constituidas en la región Tacna gozan así de ventajas comparativas y competitivas que le permiten realizar sus exportaciones en buenas condiciones y poder incursionar con éxito en los mercados nacionales e internacionales.

Por lo analizado, es sumamente importante conocer cuál es el nivel de la calidad de los servicios que brindan las Agencias de Aduana en la Región de Tacna, dado que impactan directamente en la estrategia de internacionalización de las empresas que contratan sus servicios.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema principal

¿Cuál es el nivel de influencia de los Servicios de las Agencias de Aduana en la Calidad Percibida por las Empresas Exportadoras del Sector Agroindustrial de la Región de Tacna en el año 2018?

1.2.2. Problemas secundarios

¿Cómo influyen los Trámites Aduaneros brindados por las Agencias de Aduana en la Calidad Percibida por las Empresas Exportadoras del Sector Agroindustrial de la Región de Tacna?

¿Cómo influyen los Servicios Aduaneros brindados por las Agencias de Aduana en la Calidad Percibida por las Empresas Exportadoras del Sector Agroindustrial de la Región de Tacna?

1.3. Justificación de la investigación

En la revisión efectuada de los antecedentes se ha confirmado que el tema de la presente investigación no ha sido investigado en detalle. Las investigaciones realizadas en otros países nos permiten determinar que el tema es sumamente importante pues el impacto de las Agencias de Aduana es fundamental en la cadena de valor de las empresas exportadoras. Respecto de las investigaciones relacionadas al sector agroindustrial, éstas suelen estar relacionadas a aspectos productivos y de comercialización.

Si bien es conocido el rol clave de las Agencias de Aduana en el comercio internacional, en la región de Tacna no se conoce si dicho rol es bien cumplido y hasta qué punto influyen positivamente en las operaciones de sus clientes, en particular de sus exportaciones. De igual forma, no se conoce hasta qué punto las empresas agroindustriales exportadoras están satisfechas o no con la calidad de los servicios que contratan a las Agencias de Aduana.

Es por ello que con la presente investigación se evaluó el rol que cumplen las Agencias de Aduana, analizando la calidad de los servicios que brindan y cómo influyeron en las exportaciones realizadas por las Empresas

del Sector Agroindustrial. Los resultados servirán también a futuras investigaciones.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Determinar el nivel de influencia de los Servicios de las Agencias de Aduana en la Calidad Percibida por las Empresas Exportadoras del Sector Agroindustrial de la Región de Tacna en el año 2018.

1.4.2. Objetivos específicos

Determinar cómo influyen los Trámites Aduaneros brindados por las Agencias de Aduana en la Calidad Percibida por las Empresas Exportadoras del Sector Agroindustrial de la Región de Tacna.

Determinar cómo influyen los Servicios Aduaneros brindados por las Agencias de Aduana en la Calidad Percibida por las Empresas Exportadoras del Sector Agroindustrial de la Región de Tacna.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

En base a la revisión efectuada, se ha detectado la siguiente bibliografía afín:

2.1.1. Antecedentes internacionales

- Sonia Reyes (Reyes, 2014), realizó la investigación titulada “Calidad del Servicio para aumentar la Satisfacción del Cliente de la Asociación Share, sede Huehuetenango, México”. Tuvo como objetivo verificar si la calidad del servicio aumenta la satisfacción del cliente en la asociación Share, sede Huehuetenango. El estudio fue de tipo de investigación descriptiva, de diseño experimental. La muestra estuvo conformada por 100 clientes de la Asociación Share y 12 trabajadores de la misma, a quienes se les aplicaron encuestas y una entrevista respectivamente. Posteriormente, se realizó la tabulación de datos y las pruebas estadísticas. De acuerdo con los resultados, se comprobó la hipótesis operativa, la cual afirma que la calidad del servicio Sí aumenta la satisfacción del cliente, lo cual ayuda al crecimiento integral de la misma; ya que genera que el colaborador esté atento y brinde un servicio excepcional para que el cliente quede satisfecho.

La investigación citada permite tener una mayor noción en lo que respecta a la calidad del servicio que perciben los clientes, para así poder citar teorías o modelos que permitirán realizar una eficiente medición de su percepción, específicamente enfocado al tema de estudio del presente trabajo, los servicios de agencias de aduanas hacia las empresas exportadoras del sector agroindustrial.

- Luis Mora (Mora Mendoza, 2017) desarrolló la tesis de grado titulada: “Actividad de Control, como Función Esencial de la Aduana”, de la Universidad Católica de Colombia en la que se concluyó que:

La Aduana se constituye como un servicio administrativo responsable de la aplicación y vigilancia de la legislación aduanera y de todas las actividades y operaciones aduaneras a que haya lugar, como lo son la recaudación de derechos e impuestos a la importación o exportación y sobre el pago de multas o sanciones por el incumplimiento de esta normatividad; así mismo vigila el movimiento o almacenamiento de mercancías y todo el proceso de desaduanamiento de la misma.

Si bien es cierto, las funciones de recaudación de derechos aduaneros y de prohibir y restringir la salida o entrada de la mercancía de las fronteras, son importantes para la Aduana, no son imprescindibles para la existencia de la misma. Ya que, el ejercicio y desarrollo de estas funciones no tendría validez o legitimidad si no se desarrollan en función de la actividad del control aduanero, lo que permite resaltar la necesidad de esta actividad de control para la existencia de la Institución, toda vez,

que sin ella la Aduana no podría ejercer su finalidad de hacer cumplir la regulación aduanera, que no solo se predica del recaudo tributario o de solicitudes de exigencias técnicas a la transacción de mercancías; sino de verificar y fiscalizar el cumplimiento de toda la normatividad en su conjunto, que implica el desarrollo de cualquier actividad de comercio exterior que afecte el ámbito aduanero.

- Sabrina Chancelier (Chancelier, 2013) desarrolló la tesis de maestría titulada: “El Rol de la Calidad en la Dirección del Comercio: Analizando el Comportamiento de las Empresas Exportadoras”, de la Universidad Nacional de La Plata en la que se concluyó que:

El trabajo trata de entender cómo la calidad está relacionada con el destino de las exportaciones. El modelo general muestra que el nivel de calidad y el precio de exportación, aumentan con el ingreso de los países de destino y el costo de transporte específico, y disminuyen o no se ven afectados, con el costo de transporte ad-valorem. De esta manera, si los costos de transporte son sólo específicos, se deduce con un modelo simple de competencia monopolística, en el que es posible encontrar un nivel de calidad óptimo que muestre a las firmas ofreciendo mayor calidad a los países más ricos y más distantes, como se documenta en la literatura empírica. También, puede apreciarse la relación positiva entre precio FOB y los costos de transporte por unidad, y entre el precio FOB y la intensidad de preferencia por la calidad (o, como se ha dicho, el efecto del ingreso sobre la calidad).

Entender que los mecanismos teóricos que están detrás del comportamiento exportador de las empresas, es de vital importancia para poder evaluar con mayor precisión las ganancias del comercio, y que esto repercute en el diseño de políticas en el objetivo de mejorar el bienestar. Queda mucho camino por recorrer en el plano teórico, para construir el modelo que se acerque a todas las relaciones que se encuentran empíricamente.

2.1.2. Antecedentes nacionales

- En el artículo desarrollado por Reynaldo Cutipa y Roger Fernandez (Cutipa Burgos & Fernández, 2017), denominado “Gestión de la Importación y el Rol de las Agencias de Aduanas en el Distrito de Desaguadero Puno – Perú en el marco del Comercio Internacional”, se concluyó que:

Existen deficiencias en la gestión operativa y en los operadores de comercio exterior, los que inciden en el trabajo de las Agencias de Aduanas. Las etapas del proceso de importación con mayores deficiencias encontradas fueron: validación de información en el SIGAD con un 67%, numeración de la DUA con un 67%, cancelación de la deuda tributaria aduanera con un 83%, y, diligencia de canales de control con un 66%. Dichos indicadores inciden directamente en la imagen de las Agencias de Aduana.

Los operadores de comercio exterior tienen dificultades al no contar con adecuada infraestructura, equipos y medios necesarios, los mismos que inciden en el trabajo de las Agencias de Aduana, como son la demora en la validación, demora en la cancelación de la deuda tributaria, entre otros. Asimismo, se encontró que existen deficiencias en las instituciones como el Banco de la Nación, Telefónica y Aduanas, las que presentan problemas cruciales que no posibilitan la optimización del proceso de importación.

- Estrella Osorio (Osorio Asencio, 2009) analizó el: “Impacto de las Certificaciones ISO 9001 y BASC en los Despachos de Exportación Definitiva de las Agencias de Aduanas Peruanas: 2004-2008”, concluyendo que:

Los resultados obtenidos pueden ser aplicables a todos los operadores aduaneros tales como: terminales de almacenamiento, agencias de carga, courier, etc. ya que todos se centran en el ámbito aduanero. Las certificaciones ISO 9001 y BASC permiten a las Agencias de Aduanas aumentar el volumen de sus exportaciones y captar nuevos clientes, generándoles así mayor ventaja competitiva frente a la competencia.

La certificación ISO 9001 permite a las Agencias de Aduanas reducir sus números de errores y gastos generados durante el proceso de exportación definitiva, con la aplicación de procedimientos adecuados, pero no genera un aumento en las exportaciones.

La certificación BASC otorga a las Agencias de Aduanas mayor seguridad durante todo el proceso logístico para que puedan realizar sus operaciones eficientemente y así aumenten el número de sus exportaciones.

- María Paula Alzamora (Alzamora Falcon, 2017) desarrollo la tesis de grado titulada: “Factores que Inciden en las Exportaciones de Orégano (*Origanum Vulgare*) de la Región Tacna hacia el Mercado Brasileño”, de la Universidad de San Martín de Porres de Lima en la que se concluyó que:

Los factores que inciden en las exportaciones de orégano de la región Tacna hacia el mercado brasileño son: el proceso de producción, las deficiencias en cuanto a calidad y variedad del producto y, el sistema de comercialización. Las empresas exportadoras estudiadas cumplen con las cantidades demandadas por el mercado internacional, siendo relevantes los factores analizados para obtener una oferta exportable competitiva.

Dentro de las deficiencias en cuanto a calidad y variedad (presentaciones y tipo de producto), el control de calidad es el principal problema para las empresas exportadoras, ya que se les dificulta realizar un control eficiente en las zonas de cultivo, a pesar de ello, muchas empresas buscan certificar sus procesos mediante las buenas prácticas de manufacturas, HACCP y otras, a pesar de que para el ingreso al mercado brasileño no sean muy requeridas.

- Deckner Augusto Campusano (Campusano Pachas, 2018) desarrolló la tesis de maestría titulada: “Importancia del Agente de Aduana como Auxiliar de la Función Pública en el Perú”, de la Universidad Nacional Federico Villareal en la que se concluyó que:

El Agente de Aduanas realiza diferentes actos dentro del proceso de traslado de mercancías de un lugar a otro, al ingresar o salir de un territorio aduanero determinado, aunque no negocia ni interviene directamente en las tratativas para llevar a cabo la transacción comercial, por lo investigado es posible concluir que es un Agente del comercio internacional, pues va a coadyuvar al importador en el ingreso, a su dominio, de los bienes adquiridos.

La normativa nacional en materia aduanera no es clara, además de compleja ésta tampoco es sencilla de comprender o lleva a confusiones, esto de acuerdo a la encuesta aplicada, donde participaron funcionarios, agentes de aduanas e importadores. Para muchos de estos últimos, conocer los regímenes aduaneros se torna en extremo una tarea muy difícil.

El Agente de Aduanas realiza funciones o actos, que puede realizar el propio dueño de la mercancía importada, también podría realizarlo un Comisionista -aquel que vende a cuenta de un tercero- o aquel que vende la mercancía al importador; sin embargo, estos actos se encomiendan al Agente de Aduanas por su grado de conocimiento, facultades delegadas por la propia administración aduanera y, profesionalización, todo esto hace

al Agente de Aduana como el más idóneo para llevar a cabo esta parte del proceso logístico de importación, y en algunos casos exportación, de mercancías.

- Claudia Antonio (Antonio Miranda, 2014) desarrolló la tesis titulada “Influencia de la Calidad de Servicio en la Imagen Corporativa de la empresa Compartamos Financiera-Trujillo”, de la Universidad Nacional de Trujillo. Tuvo como objetivo determinar la influencia de la calidad de servicio en la imagen corporativa de la empresa Compartamos Financiera en el distrito de Trujillo. El tipo de investigación aplicada fue descriptiva transversal, y de diseño no experimental. La muestra estuvo conformada por 352 clientes, a quienes se les brindaron cuestionarios mediante la técnica de la encuesta. Después de realizado la tabulación de datos y método estadístico del Modelo SERVQUAL, se concluyó que los clientes mostraron una aceptación favorable con la imagen de Compartamos Financiera, en los indicadores de calidad de servicio, considerando la oferta existente y manifestando la intención de renovar un crédito. Compartamos Financiera tiene una estrategia de generar valor para el cliente, haciendo que los clientes se mantengan fieles y además, el servicio se diferencie de la competencia.

Este estudio es relevante para la presente investigación, ya que menciona la aplicación del Modelo SERVQUAL, el cual goza de aceptación y eficiencia dentro del ámbito de medición de la calidad de los servicios que perciben los clientes de una determinada organización. Es

por ello, que en el marco teórico se hará referencia más a detalle de este método.

2.1.3. Antecedentes locales

- En la tesis de grado desarrollada por Genesis Muriel (Muriel Mayta, 2017), de la Universidad Privada de Tacna, en el 2017, denominada “Estrategia empresarial y competitividad de las Agencias de Aduana en el distrito de Tacna, 2016 -2017”, se concluyó que:

Se comprobó la hipótesis general, que manifiesta que existe una relación significativa entre la estrategia empresarial y la competitividad de las agencias de aduana, asimismo se comprobaron las hipótesis específicas las cuales determinaron que la estrategia empresarial que predomina en las agencias de aduana es la estrategia intensiva y que el nivel de competitividad es bajo. Se concluyó también que el porcentaje de agencias de aduana se ha reducido notablemente, debido a la carencia de una buena gestión y manejo de estrategias empresariales lo que ha generado un bajo nivel de competitividad en el mercado.

En tal sentido, la mayoría de agencias de aduana emplea la estrategia empresarial: Intensiva – Penetración de Mercados, la cual es la más básica dentro del modelo planteado por el autor Michael Porter, lo que significa que las empresas no cumplen con estándares e indicadores que les permitan dominar el mercado.

- En la tesis de grado desarrollada por Neisser León (León Abril, 2017) de la Universidad Privada de Tacna, en el 2017, denominada “Las Barreras no Arancelarias y el Crecimiento de las Exportaciones de las Empresas Agroindustriales asociadas a la Cámara de Comercio de Tacna, período 2009-2014.”, se concluyó que:

Tras determinar la relación entre las Barreras No Arancelarias y el crecimiento de las exportaciones de las empresas agroindustriales asociadas a la Cámara de Comercio de Tacna, se demostró que no existe relación con las /exportaciones de las empresas en estudio. Estos resultados tienen su sustento en bases estadísticas, donde el p-valor de 0.242, es mayor a 0.05. En tal sentido, se puede encontrar que las empresas no ven afectadas sus exportaciones de forma directa en función de las barreras no arancelarias impuestas para el proceso exportador.

Tras estudiar los niveles de crecimiento de las exportaciones de las empresas agroindustriales asociadas a la Cámara de Comercio de Tacna, se encuentran resultados positivos, dado un crecimiento de 50.33% entre el año 2011 a 2016. Este resultado también se complementa dado el estadístico de T, de -5.0, que presenta un p-valor menor de 0.05. Este resultado es altamente alentador, puesto que demuestra que las empresas tacneñas están aumentando su cuota exportadora, y posicionándose a nivel internacional a través de productos como el orégano, la aceituna y derivados.

- En la tesis de grado desarrollada por Daniel Layme (Layme Zanga, 2017), de la Universidad Privada de Tacna, en el 2017, denominada “La Influencia de la Capacidad Gerencial en la Diversificación Concéntrica de los Negocios Exportadores Agroindustriales de Tacna 2016.”, se concluyó que:

La capacidad gerencial tiene alta influencia en la diversificación concéntrica de los negocios exportadores agroindustriales de Tacna; de esta manera se logra el objetivo general del trabajo de investigación y se responde también a la interrogante genérica del mismo estudio. La prueba de hipótesis indica que; el coeficiente t-student obtenido presenta un valor de 50.486 (mayor a 1.96 a un nivel de significancia del 95%), y un nivel de significancia de 0.000 (p-value menor de 0.05), se rechaza la Hipótesis Nula (H_0) y se acepta la Hipótesis Alternativa (H_1); indicando que, la variable independiente (Capacidad Gerencial), tiene una importante influencia en la variable dependiente (Diversificación Concéntrica).

Se demuestra igualmente que la diversificación concéntrica de los negocios exportadores agroindustriales de Tacna, es baja. Esto significa que existen pocos niveles de diversificación, no se preocupan por mejorar la producción o modificación de sus productos. Los valores de la comprobación de hipótesis muestran lo siguiente: la probabilidad obtenida es p-valor (mayor) alfa, se acepta H_1 (rechaza H_0). Como el p-valor obtenido presenta un valor de 0.011 (menor a 0.05), se rechaza la Hipótesis

Nula (H_0) y se acepta la Hipótesis Alternativa (H_1), además, considerando que la media del coeficiente t-student es negativo al igual que la diferencia de medias, se tiene que la media real está por debajo del valor de prueba.

- Sam Espinoza (Espinoza Vidaurre, 2017) realizó la tesis titulada “Calidad del Servicio y La Satisfacción del Cliente en la Planta de Revisiones Técnicas Servicios Operativos del Sur en la ciudad de Tacna 2016” se concluyó que:

El objetivo del trabajo fue determinar la relación entre las variables citadas. El tipo de investigación correspondió al tipo aplicado y cuantitativo, ya que pretendía aumentar el nivel de conocimiento sobre las características de las variables. El nivel de investigación fue descriptivo correlacional, porque buscó la relación que existe entre las dos variables. El método de investigación fue analítico, porque permitía analizar la realidad de manera completa; además de la observación científica, que permite recoger una percepción sobre el comportamiento de las variables. El diseño de la investigación fue no experimental porque las variables no están modificadas y son transversales, ya que la recopilación de información se desarrolló en un momento en el tiempo. El instrumento se realizó a través del modelo de calidad de servicio SERVQUAL, desarrollado por Zeithaml, Parasuraman y Berry, cuyo objetivo era mejorar la calidad del servicio ofrecido por una organización. Sobre la base del coeficiente de Pearson, se encontró que existe una correlación de 0.707, lo que involucra que coexiste una analogía directa característica entre la

calidad variable del servicio y la satisfacción del cliente con un nivel de significancia de 0.01 en la Planta de Revisiones Técnicas del Sur en la ciudad de Tacna en el año 2016.

Este estudio destaca en su importancia, puesto que el tesista aplica como modelo de medición de calidad del servicio, el SERVQUAL. Este método será desarrollado en el marco teórico de la presente investigación, y fundamentado para su posterior aplicación como instrumento de recolección de datos.

- En la tesis de grado desarrollada por Diana Oré (Oré Gonzáles, 2018), de la Universidad Privada de Tacna, en el 2016, denominada: “Estudio de la Relación entre la Calidad del Envase de Plástico Bidón Cilíndrico y la Competitividad de los Exportadores de Aceituna de Mesa en las Empresas Agroindustriales Tacna”, se concluyó que:

El nivel de calidad del envase de plástico bidón cilíndrico para aceituna en las empresas agroindustriales de Tacna es regular, caracterizado por tener de manera regular la durabilidad, la estética, el beneficio y el costo.

El nivel de competitividad de las empresas agroindustriales exportadoras de aceituna – Tacna, año 2016 es moderada en un 78.6%, sobretodo en el valor agregado, la tecnología, el producto y la innovación.

Hoy en día los envases y la calidad de estos, son un factor determinante en la compra de cualquier tipo de producto, sobre todo en los destinados para el consumo humano, puesto que, conservar las propiedades y características del producto requiere contar con un envase que cumpla con todas las especificaciones del mercado y exigencias de los estándares de calidad ya establecidos, sin embargo, la tesis permitió al investigador darse cuenta de que las grandes utilidades no solo provienen de las exportaciones en productos terminados, sino que exportar a granel también trae grandes beneficios y no por la estética del envase sino por la calidad y la conservación de propiedades del producto.

Cabe mencionar que exportar en el envase de plástico bidón cilíndrico es una de las condiciones para ingresar a ciertos mercados.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Agentes de aduana

2.2.1.1. Definición:

Para definir los conceptos dentro de la presente investigación, se debe hacer referencia al Decreto Legislativo N° 1053 – Ley General de Aduanas (Congreso de la República del Perú, 2008), el cual hace mención sobre los Agentes de Aduana en el subcapítulo siguiente:

2.2.1.2. Artículo 23.- De los Agentes de Aduana

Los Agentes de Aduana son personas naturales o jurídicas autorizadas por la Administración Aduanera para prestar servicios a terceros, en toda clase de trámites aduaneros, en las condiciones y con los requisitos que establezcan este Decreto Legislativo y su Reglamento.

2.2.1.3. Artículo 24.- Mandato

Acto por el cual el dueño, consignatario o consignante encomienda el despacho aduanero de sus mercancías a un Agente de Aduana, que lo acepta por cuenta y riesgo de aquellos, es un mandato con representación que se regula por este Decreto Legislativo y su Reglamento y en lo no previsto en éstos por el Código Civil.

El mandato se constituye mediante:

- a) El endose del documento de transporte u otro documento que haga sus veces.
- b) Poder especial otorgado en instrumento privado ante un Notario Público; o
- c) Los medios electrónicos que establezca la Administración Aduanera.

2.2.1.4. Son obligaciones de los Agentes de Aduana, como auxiliar de la función pública:

a) Conservar durante cinco (5) años, computados a partir del 1º de enero del año siguiente de la fecha de numeración de la declaración, toda la documentación original de los despachos en que haya intervenido.

La Administración Aduanera podrá disponer que el archivo de la documentación se realice en medios distintos al documental y que determinados documentos se conserven en copia.

Asimismo, la Administración Aduanera podrá requerir al Agente de Aduana la entrega de todo o parte de la documentación que conserva, antes del plazo señalado, en cuyo caso asume la obligación de conservarla.

Transcurrido el plazo antes mencionado, la documentación podrá ser destruida, salvo en los supuestos que se establezcan en el reglamento, en cuyo caso deberá ser entregada a la Administración Aduanera.

Si se produce la cancelación o revocación de su autorización, el Agente de Aduana deberá entregar a la Administración Aduanera toda la documentación que se encuentre dentro del plazo de conservación antes

establecido; quedando supeditada la devolución de la garantía a la conformidad de la entrega.

La Administración Aduanera, podrá dictar las medidas necesarias para el cumplimiento de lo dispuesto en el presente literal.

- a) Expedir copia autenticada de los documentos originales que conserva en su archivo;
- b) Constituir, reponer, renovar o adecuar la garantía a satisfacción de la SUNAT, en garantía del cumplimiento de sus obligaciones, cuyo monto y demás características deben cumplir con lo establecido en el Reglamento;
- c) Solicitar a la Administración Aduanera la autorización de cambio de domicilio o de local anexo, con anterioridad a su realización, lugar que deberá cumplir con los requisitos de infraestructura establecidos por la Administración Aduanera;
- d) Otras que se establezcan en el Reglamento.

El Decreto Supremo N°010-2009-EF Reglamento del Decreto Legislativo 1053 – Ley General de Aduanas (PERUANO, 2009), tipifica las exigencias que deben ser cumplidas por los Agentes de Aduana para acceder a la autorización y posterior ejecución de sus servicios. Los artículos que señalan estos requisitos son los siguientes:

2.2.1.5. Artículo 32.- Requisitos documentarios para la autorización como Agentes de Aduana

La Administración Aduanera autoriza a operar como Despachador de aduana a los Agentes de aduana previa presentación de los siguientes documentos:

a) Persona natural:

1. Copia del Documento Nacional de Identidad o del Carné de Extranjería.
2. Acreditación de Agente de Aduana expedida por la SUNAT, de acuerdo a lo que esta establezca.
3. Declaración jurada del Agente de Aduana, que indique su domicilio legal, ser residente en el país y no haber sido condenado con sentencia firme por delitos dolosos.
4. Carta fianza bancaria o póliza de caución por el monto de ciento cincuenta mil dólares de los Estados Unidos de América (US\$ 150 000,00), emitida conforme al artículo 20.
5. Documento que acredite un patrimonio personal por cantidad no menor a cincuenta mil dólares de los Estados Unidos de América (US\$ 50 000,00), de acuerdo con lo que disponga la SUNAT.
6. Copia de la licencia municipal de funcionamiento del local donde realizará sus actividades.

7. Los documentos para el registro de su auxiliar de despacho, conforme a lo dispuesto en el inciso a) del artículo 17.

b) Persona Jurídica:

1. Copia del Documento Nacional de Identidad o del Carné de Extranjería del representante legal de la empresa.
2. Copia del testimonio de la escritura pública de constitución de la sociedad, inscrita en los Registros Públicos, en donde conste como objeto social la realización del despacho aduanero de las mercancías de sus comitentes, de acuerdo a los regímenes aduaneros; además, en la indicada escritura pública debe constar el patrimonio social por cantidad no menor a cincuenta mil dólares de los Estados Unidos de América (US\$ 50 000,00).
3. Declaración jurada del representante legal y de cada director y gerente, que indique su domicilio legal, ser residente en el país y no haber sido condenado con sentencia firme por delitos dolosos.
4. Carta fianza bancaria o póliza de caución por el monto de ciento cincuenta mil dólares de los Estados Unidos de América (US\$ 150 000,00), emitida conforme al artículo 20.
5. Copia de la licencia municipal de funcionamiento del local donde realizará sus actividades.

6. Los documentos para el registro de su Representante legal ante la autoridad aduanera y auxiliar de despacho, conforme a lo dispuesto en el inciso a) del artículo 17.

Los Agentes de Aduana autorizados deben mantener un patrimonio personal o social, según corresponda, por el monto equivalente al 0,25% del total de los derechos arancelarios y demás tributos cancelados, generados en los despachos en que hayan intervenido en el año calendario anterior, que en ningún caso será menor a cincuenta mil dólares de los Estados Unidos de América (US\$ 50 000,00) o su equivalente en moneda nacional. La Administración Aduanera verifica anualmente el cumplimiento de esta obligación teniendo en cuenta la información presentada en la Declaración Jurada Anual del Impuesto a la Renta del año precedente, al tipo de cambio compra del último día hábil de dicho año.

2.2.1.6. Artículo 33.- Requisitos de infraestructura para la autorización como agentes de aduana

Para ser autorizado, el Agente de Aduana debe contar con una oficina que reúna los siguientes requisitos:

- a) Un área no menor a cincuenta metros cuadrados (50 m²), con un espacio exclusivo para el archivo de la documentación de despacho;

- b) Sistema de comunicación de datos y equipos de cómputo que permitan su interconexión con la SUNAT, para su operatividad aduanera.

2.2.1.7. Artículo 34.- Conservación de la documentación aduanera

La documentación de los despachos debe ser conservada durante cinco (5) años, computados a partir del 1° de enero del año siguiente de la fecha de numeración de la declaración, transcurrido dicho plazo, puede ser destruida salvo que dicha documentación esté vinculada a:

- a) Un régimen aduanero de admisión temporal para reexportación en el mismo estado o de admisión temporal para perfeccionamiento activo, cuyas obligaciones tributarias no se encuentren prescritas.
- b) Un requerimiento efectuado por la Administración Aduanera para la entrega de documentación y éste no haya sido atendido por el Agente de Aduana.
- c) Un proceso administrativo en trámite, incluyendo los procesos de fiscalización realizados por la SUNAT.
- d) Una investigación policial o fiscal o a un proceso judicial en trámite.

La documentación que se encuentre en los supuestos antes señalados, transcurrido el plazo de cinco (5) años, será entregada conforme lo establezca la Administración Aduanera.

2.2.1.8. Artículo 35°.- Mandato para despachar

El mandato para despachar otorgado por el dueño, consignatario o consignante a favor del Agente de Aduana incluye la facultad de realizar actos y trámites relacionados con el despacho y retiro de las mercancías.

Toda notificación al dueño, consignatario o consignante se entiende realizada al notificarse al Agente de Aduana, durante el despacho y hasta:

- a) El levante de la mercancía, la culminación de la regularización del régimen o la desafectación de la garantía previa, lo que ocurra último, en los regímenes de importación.
- b) La regularización del régimen, cuando se trate de los regímenes de exportación.

2.2.1.9. Tramites

De acuerdo con (Cabanellas de Torre, 2020) trámite, surge del latín trames, y puede entenderse de dos modos: administrativamente, que hace

referencia a las diligencias, resoluciones o la atención de un asunto de inicio hasta su final; y, judicialmente, las cuales se encuentran compuestas por diligencias, consideradas como procedimientos formales ante la ley, puesto que, buscan encontrar soluciones a causas penales, civil o de alguna otra jurisdicción.

2.2.1.10. Servicios

De acuerdo con (Raffino, 2020) los servicios tienen como propósito principal, satisfacer una necesidad existente y puede asemejarse a un producto, pero de manera intangible y en lugar de poseerlo, es prestado.

2.2.2. Calidad

2.2.2.1. Evolución de la Calidad del Servicio:

Haciendo una revisión general de la evolución de la Ciencia Administrativa se tiene que la calidad del servicio ha ido variando en el tiempo.

En la Escuela Clásica, se planteó la organización de trabajos a nivel operacional, así como en la definición de mecanismos de control administrativo. Los aportes de Frederick Taylor sirvieron de base para que más adelante apareciesen los círculos de calidad, participación de equipos y el mejoramiento continuo. Por otro lado, los planteamientos de Henry Fayol permitieron que cualquier empresa manufacturera pudiese organizarse con enfoque de servicio.

En la Escuela de Relaciones Humanas, se agregaron planteamientos relacionados principalmente al ser humano. Se estudiaron nuevas áreas en la gestión empresarial, se descubrió la organización informal y se incorporó las necesidades y expectativas de los clientes.

En la Escuela Burocrática, al uniformizar procedimientos se pudo establecer las bases de la gestión y control de la calidad en el servicio.

En la Escuela Cuantitativa se planteó el concepto de calidad de producto, que lo definieron como el nivel de cumplimiento de las especificaciones. Posibilitó el desarrollo de los modelos estadísticos, matemáticos y optimización para la solución de problemas organizacionales.

En la Escuela de Sistemas Sociales, el enfoque en las relaciones interpersonales, el análisis de la toma de decisiones tanto individuales como grupales, y la preocupación por el comportamiento interno, produjeron que se consideren importantes la toma de decisiones de tipo participativa, además, el análisis de conflictos permitió que se mejorara el servicio del personal.

En la Escuela NeoClásica, el planteamiento de la dirección por objetivos permitió que se mejorará la gestión, al hacerla más medible y controlable. De igual manera, se propulsó la descentralización y el control por excepción. Con ello se posibilitó una mejor gestión de las empresas de servicio y, su crecimiento.

En la Escuela de Sistemas posibilita una visión holística de las empresas, se comprende que el proceso productivo intercambia constantemente información con su entorno, parte del cual son los clientes. Con ello se incorporaron definitivamente conceptos y técnicas de Calidad Total y Calidad del Servicio, definiendo a este último como un conjunto de elementos interrelacionados con el objetivo de satisfacer a los consumidores. También se le da mucha importancia a la retroalimentación o feedback en el control de la calidad.

En la Escuela de Contingencias, la Ciencia Administrativa es realista y relativista. El entorno empresarial viene a ser fundamental en la gestión empresarial. Se plantea que para lograr el alto rendimiento, la orientación al mercado es una dimensión importante en el planteamiento de la estrategia empresarial pues no existen recetas ni fórmulas generales en la organización y gestión.

2.2.2.2. Definición de Calidad del Servicio:

Los autores (Berry, Bennett, & Brown, 1989) nos dicen que: la calidad del servicio se refiere a la satisfacción del consumidor hacia sus necesidades específicas; se puede inferir que la calidad de servicio está relacionada directamente con la percepción del consumidor.

Los autores Cesar Camisón, Sonia Cruz y Tomás González (Camison, Cruz, & González, 2006) escribieron el libro “Gestión de la Calidad: Conceptos, Enfoques, Modelos y Sistemas”, en el que mencionan que: “la calidad de servicio viene dada por la proximidad entre el servicio esperado y el servicio percibido”. La calidad de servicio mide el grado en que los requisitos deseados por el cliente son percibidos por él tras forjarse una impresión del servicio recibido. También es una medida de la satisfacción del cliente.

Incluso cuando los requisitos del cliente se han pactado con él y la empresa los haya cumplido, una elevada satisfacción del cliente no estará asegurada. La calidad final del servicio depende esencialmente de varios factores:

- La eficacia de la empresa en la gestión de las expectativas de los clientes.
- La experiencia de los clientes con productos de la competencia y de la propia empresa.
- La estrategia de comunicación de la empresa.
- Las opiniones de terceros.

La percepción de calidad asociada a un producto puede incluso surgir sin que el cliente haya tenido una experiencia de consumo con aquél, naciendo de la imagen y la reputación que la empresa se haya labrado. Por consiguiente, aunque las quejas de los clientes son un indicador habitual

de una baja satisfacción, la ausencia de las mismas no implica necesariamente una elevada satisfacción de los mismos. La generación de calidad de producto demanda pues que, en cada fase del ciclo para colocar un producto en el mercado o del curso de un pedido, se eviten fallos que deriven en desajustes y que se mantenga la concordancia hasta el final de todos los procesos para asegurar una percepción de calidad a la altura, como mínimo, de las expectativas y necesidades de los clientes. La ruptura de la imagen de producto ideal para el consumidor en cualquiera de las etapas del ciclo se traduce en costes de no calidad y en insatisfacción final del cliente.

2.2.2.3. Medición de Calidad del Servicio:

La teoría actual de la Ciencia Administrativa plantea que todas las organizaciones deben enfocarse en el mercado para lograr el éxito empresarial. El entorno cambia continuamente, los clientes pueden elegir entre muchas opciones. Por ello, se debe adaptar el producto o servicio ofertado a los deseos y preferencias de ellos, con el propósito de lograr su satisfacción y más adelante, su fidelización.

Por lo planteado, es fundamental conocer los requerimientos de los clientes y analizar el nivel de cumplimiento que obtienen. Esto sólo será posible si se hace la medición de su satisfacción. A continuación, se verán los principales modelos existentes para hacer esa medición de manera efectiva.

2.2.2.4. Modelo SERVQUAL

Es un instrumento resumido de escala múltiple, con un alto nivel de fiabilidad y validez, que las empresas pueden utilizar para comprender mejor las expectativas y percepciones que tienen los clientes respecto a un servicio. Los autores Parasuraman, Zeithaml y Berry (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1990) han diseñado un instrumento que puede ser aplicado a una amplia gama de servicios. Para ello, SERVQUAL suministra un esquema o armazón básico basado en un formato de representación de las expectativas y percepciones que incluye declaraciones para cada uno de los cinco criterios sobre la calidad del servicio (elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía). Cuando se considere necesario, este esquema se puede adaptar o complementar para añadirle las características específicas que respondan a las necesidades de investigación.

Al inicio, se formularon 10 aspectos relacionados a la calidad de servicio, los cuales fueron:

- Elementos tangibles
- Fiabilidad
- Capacidad de respuesta
- Profesionalidad
- Cortesía

- Credibilidad
- Seguridad
- Accesibilidad
- Comunicación
- Comprensión del cliente

Sin embargo, después de las críticas recibidas, manifestaron que estas 10 dimensiones no eran necesariamente independientes entre sí y por ello, se realizaron estudios estadísticos, encontrando correlaciones entre las iniciales formuladas, por lo que se redujeron a cinco, siendo las que se mencionan a continuación:

- Confianza o empatía
- Fiabilidad
- Responsabilidad
- Capacidad de respuesta
- Tangibilidad

Mediante procedimientos estadísticos, las variables se agrupan y admiten difundir, de mejor manera, el modelo, logrando una mayor representatividad.

Para evaluar la calidad percibida, elevan estas dimensiones generales y definen que esta percepción es una consecuencia de la divergencia entre lo esperado y lo percibido por el consumidor.

2.2.2.4.1. Dimensiones del Modelo SERVQUAL

Tabla N°1
Modelo SERVQUAL

Dimensión	Significado
Elementos tangibles	Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, empleados y materiales de comunicación
Fiabilidad	Habilidad de prestar el servicio prometido de forma precisa
Capacidad de respuesta	Deseo de ayudar a los clientes y de servirles de forma rápida
Seguridad	Conocimiento del servicio prestado y cortesía de los empleados, así como su habilidad para transmitir confianza al cliente
Empatía	Atención individualizada al cliente

Nota. (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1990)

Asimismo, cabe precisar sobre el modelo SERVQUAL lo siguiente:

- El modelo de deficiencias explica las causas de las deficiencias en el servicio, ya que para estos autores las percepciones de la calidad de los clientes están influenciadas por una serie de deficiencias o brechas.
- La escala de medición SERVQUAL pretende ser un modelo para medir la calidad del servicio, considerándola como la diferencia entre las

expectativas y las percepciones del cliente.

2.2.2.5. Modelo de Confirmación de Churchill & Suprenant

El Modelo de Confirmación está basado en la comparación de las expectativas de los clientes y calificaciones de desempeño percibido. Para ser más directos, las expectativas de un individuo son confirmadas cuando un producto logra comportarse según lo esperado, y en su forma negativa, se confirma cuando el producto presenta un desempeño inferior al esperado. La desconfirmación es positiva cuando un producto logra cumplir con las expectativas (Churchill & Suprenant, 1982)

Existen cuatro constructos que describen el paradigma tradicional de la desconfirmación, citado como expectativas, desempeño, desconfirmación y satisfacción. (Kucukosmanoglu & Sensoy, 2010)

La satisfacción se establece como un resultado de la compra y el uso, como resultado de la comparación de los compradores en relación a las recompensas esperadas y los costos que se incurren de la compra respecto a las consecuencias previstas. En funcionamiento, la satisfacción es de alguna manera similar a la actitud, evaluado como la suma de las satisfacciones con algunas características del producto. (Kucukosmanoglu & Sensoy, 2010)

2.2.2.6. Modelo de ACSI

La American Customer Satisfaction Index (ACSI) corresponde a un estándar de tipo científico para medir la satisfacción del cliente. A nivel mundial, se considera la puntuación ACSI como un fuerte predictor del crecimiento del Producto Interno Bruto, un predictor aún más fuerte respecto al crecimiento del Gasto de Consumo Personal. (Fornell, Rust, & Dekimpe, 2010).

A nivel microeconómico, los estudios académicos han demostrado que los datos ACSI están relacionados con el rendimiento financiero de una empresa en términos de retorno de la inversión (ROI), ventas, valor de la empresa a largo plazo, flujo de caja, volatilidad de flujo de efectivo, Rendimiento del capital humano, rentabilidad de la cartera, financiamiento de deuda, riesgo y gasto del consumidor. (Anderson, Fornell, & Mazvancheryl, 2004)

El aumento de los puntajes ACSI predice fidelidad, recomendaciones de boca en boca y comportamiento de compra. El modelo, en países como Estados Unidos, sirve para evaluar la satisfacción del cliente, aplicada anualmente a más de 200 empresas en 43 industrias y 10 sectores económicos. Así mismo, la metodología ACSI puede aplicarse a empresas del sector privado y agencias gubernamentales para mejorar la lealtad y la intención de compra. Las puntuaciones ACSI también han sido

calculadas por investigadores independientes, por ejemplo, para el sector de teléfonos móviles, educación superior, y correo electrónico.

Figura N°1

Este modelo se explica a través de la siguiente figura:

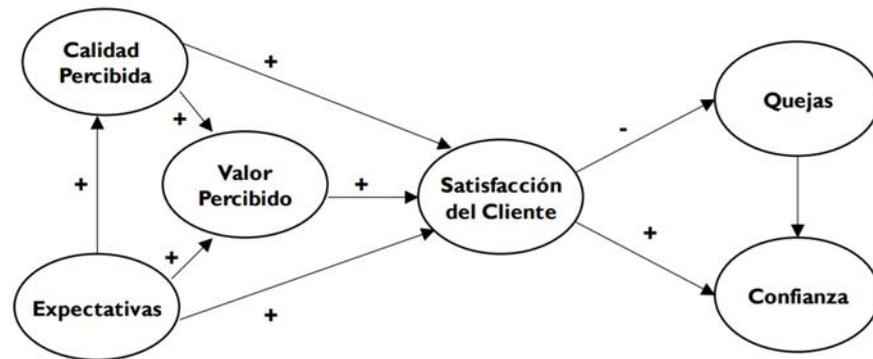


Figura 1. Modelo ACSI (American Customer Satisfaction INDEX)

Nota. Tomado de (Fornell, A National Customer Satisfaction Barometer - The Swedish Experience, 1992)

Este modelo propone la evaluación de seis indicadores:

i. Expectativas del consumidor (variable exógena)

Se manifiesta en:

- Expectativas promedio de la calidad (precompra)
- Expectativa de cómo el bien cubre los requisitos personales del cliente (precompra)
- Expectativa con respecto a la confiabilidad o que tan seguido podrían salir mal las cosas (precompra)

ii. Percepción de la calidad (variable endógena)

Se manifiesta en:

- Evaluación promedio de la experiencia de la calidad (postcompra)
- Evaluación de la experiencia del cliente o como el producto cubrió los requisitos personales del cliente (postcompra)
- Evaluación de la experiencia con respecto a la confiabilidad o cuantas veces salieron mal las cosas (postcompra)

iii. Valor percibido

Se manifiesta en:

- El grado del precio con respecto a la calidad
- El grado de la calidad dado el precio

iv. ACSI

Se manifiesta en:

- Satisfacción promedio
- Desconfirmación de la expectativa (funcionamiento que se quedó corto o que superó las expectativas)

- Funcionamiento vs el producto o servicio ideal del cliente en la categoría

v. Quejas del cliente

Se manifiesta en:

- Si el cliente se quejó formal o informalmente acerca del producto o servicio

vi. Lealtad del cliente

Se manifiesta en:

- Probabilidad de que regrese
- Tolerancia de un incremento en el precio dado el regreso del cliente
- Tolerancia en un decremento en el precio para inducir el regreso del cliente

2.2.2.7. Modelo Kano

El modelo Kano (1984) es una teoría referida al desarrollo de productos y la satisfacción del cliente, que fue elaborado en la década de

1980 por el profesor Noriaki Kano, quien realiza una clasificación de preferencias del cliente en cinco categorías: Atractivo, Unidimensional, lo que debe ser, Indiferente e Inversa. El modelo Kano ofrece una idea de los atributos del producto que se perciben como importantes para los clientes.

2.2.2.8. Errores que se cometen a la hora de medir la calidad del servicio

En el libro de César Camisón, Sonia Cruz y Tomás González (Camison, Cruz, & González, 2006) *Gestion de la Calidad; modelos, enfoques y sistemas* menciona que:

a) Controlar únicamente el proceso de prestación del servicio, creyendo que con la fijación de normas de actuación y su cumplimiento se controla la calidad de servicio al cliente. Muy al contrario, puede ocurrir que cuanto más insistan en ellas los directivos, mayores sean las probabilidades de que los empleados se centren exclusivamente en ellas y en nada más, en deterioro del servicio. Y todavía el perjuicio es mayor cuando las normas de calidad están basadas en la percepción de la calidad que tienen los directivos y no en la del cliente. Por ejemplo, la compañía financiera que adoptó la norma de contestar a sus clientes en un plazo entre 14 y 21 días, cuando los clientes esperaban una respuesta en un plazo de siete días.

b) Medir el producto o resultado del proceso sin realizar estudios que avalen que los objetivos conseguidos evidentemente contribuyen a conseguir una mayor satisfacción del cliente. La medición del producto compila los resultados del proceso desde el punto de vista del cliente, y está muy relacionada con la satisfacción del cliente. Así, la mayoría de las empresas miden el periodo de tiempo transcurrido entre dos solicitudes de su servicio y el tiempo de prestación de servicio necesario. Realizan este tipo de medición con la creencia de que alcanzar los objetivos servirá para conseguir una mayor satisfacción del cliente. Seur, con su servicio Seur 24, aplica la norma de entregar la mercancía en su destino durante el día siguiente al de su recogida. Sin embargo, dicha presunción tiene que ser comprobada constantemente. Con esta finalidad, se realizan estudios sobre satisfacción que evalúan el gap entre calidad esperada y calidad percibida, y el gap entre lo que espera y desea el cliente y lo que la empresa cree que éste desea. Cuando se observe con cierta regularidad una discrepancia entre los niveles de calidad percibida por los clientes y los niveles de calidad que indican los sistemas de medición internos de producto habrá llegado el momento de modificar el sistema de medición de producto.

c) Centrarse en los valores medios pensando que establecer un nivel medio de actuación es adecuado porque se tiene en cuenta la variabilidad que afecta a toda prestación de servicios. Un plazo medio de tres días para realizar un envío supone que algunos

pedidos se realicen en un día, con los costes que esto conlleva con relación a un aumento inapreciable de la satisfacción del cliente, y sin embargo otros se entreguen con tanto retraso que los clientes se enojen y propaguen una mala calidad de servicio de la empresa. Por tanto, los directivos deben saber que instaurar medidas con valores medios puede perjudicar seriamente la satisfacción del cliente. La solución consiste en establecer los niveles en términos absolutos. Exigir que todos los pedidos se entreguen en un plazo de tres días, lo que supone establecer como estándar un nivel de consecución de objetivos del cien por cien.

d) Analizar únicamente las quejas y reclamaciones recibidas de los clientes. Es bien sabido que sólo una pequeña parte de los clientes insatisfechos con el servicio se quejan expresamente, y prácticamente ningún cliente satisfecho lo comunicará de forma espontánea. Para estudiar la satisfacción del cliente hay que realizar entrevistas a los clientes a quienes se les haya prestado últimamente un servicio. Así, se asegura una valoración de la ejecución del servicio y una rápida detección de los problemas de calidad. Con este fin y además el de conocer el grado de satisfacción del cliente, El Corte Inglés realiza llamadas telefónicas a sus clientes tras la ejecución o contratación de un servicio, como, por ejemplo, la contratación de un viaje o la instalación de unas cortinas en el hogar.

Después de estudiar numerosos sistemas de medición, concluyeron que en lo que respecta a la calidad de los servicios, los mejores sistemas de medición se centran en evaluar tres aspectos distintos del servicio: el proceso de prestación del servicio, el producto o resultado y la satisfacción del cliente. Los mejores sistemas de medición acaban siempre perdiendo eficacia a no ser que se combinen con una frecuente valoración de la satisfacción del cliente. Las expectativas de los clientes cambian constantemente influidas por numerosos factores, por lo que es obligado revisarlos de manera continuada para no perder nunca de vista la perspectiva del cliente. En definitiva, la medición es una condición necesaria pero no suficiente para la generación de calidad de servicio. Los sistemas de medición efectivos permiten determinar qué acciones hay que emprender para mejorar el servicio, pero éstas han de llevarse a cabo.

2.3. Definición de conceptos básicos

a) Agroindustria

La agroindustria se refiere a la subserie de actividades de manufacturación mediante las cuales se elaboran materias primas y productos intermedios derivados del sector agrícola. La agroindustria significa así la transformación de productos procedentes de la agricultura, la actividad forestal y la pesca (FAO, 2010).

b) Administración Aduanera

Órgano de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria competente para aplicar la legislación aduanera, recaudar los derechos arancelarios y demás tributos aplicables a la importación para el consumo, así como los recargos de corresponder, aplicar otras leyes y reglamentos relativos a los regímenes aduaneros, y ejercer la potestad aduanera. El término también designa una parte cualquiera de la Administración Aduanera, un servicio o una oficina de ésta (SUNAT, 2008).

c) Calidad

La calidad de los productos y servicios de una organización está determinada por la capacidad para satisfacer a los clientes, y por el impacto previsto y el no previsto sobre las partes interesadas pertinentes (Organización Internacional de Normalización, 2015).

Una organización orientada a la calidad promueve una cultura que da como resultado comportamientos, actitudes, actividades y procesos para proporcionar valor mediante el cumplimiento de las necesidades y expectativas de los clientes y otras partes interesadas pertinentes.

d) Comercio Internacional

El comercio internacional hace referencia al movimiento que tienen los bienes y servicios a través de los distintos países y sus mercados. Se realiza utilizando divisas y está sujeto a regulaciones adicionales que

establecen los participantes en el intercambio y los gobiernos de sus países de origen. Al realizar operaciones comerciales internacionales, los países involucrados se benefician mutuamente al posicionar mejor sus productos, e ingresar a mercados extranjeros (Ceballos, 2012).

e) Declaración aduanera de mercancías

Documento mediante el cual el declarante indica el régimen aduanero que deberá aplicarse a las mercancías, y suministra los detalles que la Administración Aduanera requiere para su aplicación (SUNAT, 2008).

f) Despachador de aduana

Persona facultada para efectuar el despacho aduanero de las mercancías (SUNAT, 2008).

g) Despacho aduanero

Cumplimiento del conjunto de formalidades aduaneras necesarias para que las mercancías sean sometidas a un régimen aduanero (SUNAT, 2008).

h) Destinación aduanera

Manifestación de voluntad del declarante expresado mediante la declaración aduanera de mercancías, con la cual se indica el régimen aduanero al que debe ser sometida la mercancía que se encuentra bajo la potestad aduanera (SUNAT, 2008) .

i) Empatía

Capacidad de comprender y sentir las emociones de otras personas, empleando un proceso de identificación y atención individualizada al cliente (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1990).

j) Exportaciones

Régimen aduanero que permite la salida legal de bienes y servicios de origen nacional. Salida de cualquier mercadería de un territorio aduanero (SIICEX, 2020).

k) Exportación a Título Definitivo

Régimen aduanero aplicable a las mercancías en libre circulación que abandonan el territorio aduanero y que están destinadas a permanecer definitivamente fuera de éste (SIICEX, 2020).

l) Fiabilidad

Habilidad para realizar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1990).

m) Garantía

Conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1990).

n) Mercancía

Bien susceptible de ser clasificado en la nomenclatura arancelaria y que puede ser objeto de regímenes aduaneros (SUNAT, 2008).

o) Satisfacción del cliente

La noción de satisfacción del cliente refiere al nivel de conformidad de la persona cuando realiza una compra o utiliza un servicio. También la satisfacción del cliente se puede interpretar como el nivel de estado de ánimo de un individuo que resulta de la comparación entre el rendimiento percibido del producto o servicio con sus expectativas (Gardey, 2014).

p) Sensibilidad

Buena disposición y apoyo al cliente, brindándole un servicio oportuno (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1990).

q) Tangibilidad

Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1990).

2.4. Sistema de Hipótesis

2.4.1. Hipótesis general

El nivel de influencia de los Servicios de las Agencias de Aduana en la Calidad Percibida por las Empresas Exportadoras del Sector Agroindustrial es alto, en la Región de Tacna en el año 2018.

2.4.2. Hipótesis específicas

El grado de influencia de los Trámites Aduaneros brindados por las Agencias de Aduana en la Calidad Percibida por las Empresas Exportadoras del Sector Agroindustrial de la Región de Tacna es alto.

El grado de influencia de los Servicios Aduaneros brindados por las Agencias de Aduana en la Calidad Percibida por las Empresas Exportadoras del Sector Agroindustrial de la Región de Tacna es alto.

2.5. Sistema de Variables

Tabla N° 2

Variable Independiente: Servicios de las Agencias de Aduana

Definición	Dimensiones	Indicadores
Son todos aquellos servicios que las Agencias de Aduana prestan a las empresas clientes antes, durante y después de sus exportaciones, y por el cual recibe una contraprestación monetaria.	Trámites aduaneros	Requerimiento de servicio.
		Documentación aduanera.
		Despacho aduanero.
		Inspección de carga.
		Despacho de carga.
	Servicios aduaneros	Monitoreo de embarque/desembarque.
		Asesoramiento en comercio exterior.
		Negociación de precios y condiciones.
		Gestión documentaria.
		Valorización de mercancías.
		Información estadística.

Tabla N° 3*Variable Dependiente: Calidad percibida por las Empresas Exportadoras*

Definición	Dimensiones	Indicadores
Percepción de las Empresas Exportadoras del Sector Agroindustrial respecto de los servicios que brindan las Agencias de Aduana de la Región de Tacna.	Tangibilidad	Equipamiento y tecnología
		Instalaciones físicas
		Apariencia de los empleados
		Elementos materiales y documentación
	Fiabilidad	Cumplimiento de promesas
		Interés por solucionar problemas
		Regularidad del servicio
		Cumplimiento de plazos
		Registros sin errores
	Capacidad de respuesta	Información de las condiciones de servicio
		Rapidez en el servicio
		Disposición a ayudar
		Rapidez en la respuesta a preguntas
	Seguridad	Confiabilidad de los empleados
		Seguridad en las transacciones
		Trato amable
		Apoyo de la Agencia a sus empleados
	Empatía	Atención individualizada
		Atención personalizada
		Conocimiento de las necesidades de los clientes
Enfoque en los intereses de los clientes		
Horarios de trabajo adecuados		

2.6. Escala de Valoración

La escala de Likert empleada para la valoración tiene 2 opciones o alternativas positivas y otras 2 opciones o alternativas negativas, es decir, es una escala balanceada. Esta cantidad de alternativas es la más empleada, siendo los resultados obtenidos confiables. Respecto de las medias y varianzas en el análisis estadístico, (Dawes, 2008) no encontró diferencias significativas en ellas debido a la cantidad de alternativas (5, 7 ó 10) en un mismo instrumento.

Se incluyó una opción o alternativa intermedia en todos los casos porque, no se quiso obligar a los encuestados a posicionarse a favor o en contra de cada reactivo.

No se incluyó una opción o alternativa “sin opinión” o “no sabe/no opina” porque, en la presente investigación, todos los encuestados conocen bien la realidad de la Agencia de Aduana o de la Empresa Agroindustrial en la que laboran, tienen la suficiente información para responder apropiadamente a cada reactivo.

En síntesis, en la presente investigación, todos los reactivos tienen 5 opciones o alternativas de valoración: 2 negativas, 1 intermedia y 2 positivas.

Para el caso de la variable independiente, la autovaloración hecha por las Agencias de Aduana tuvo las siguientes alternativas:

Tabla N° 4

Variable Independiente: Valoración realizada por las Agencias de Aduana

Tipo de Valoración	Importancia	Frecuencia	Rentabilidad
Negativa	Nada importante	Nunca	Nada rentable
	Poco importante	Algunas veces	Poco rentable
Intermedia	Medianamente importante	Regularmente	Medianamente rentable
Positiva	Importante	Frecuentemente	Rentable
	Muy importante	Muy frecuentemente	Muy rentable

Para el caso de la variable dependiente, la valoración que hacen las Empresas Agroindustriales Exportadores sobre la calidad que perciben en los servicios que contratan a las Agencias de Aduana tuvo las siguientes alternativas:

Tabla N° 5

Variable Dependiente: Valoración realizada por las Empresas Exportadoras

Tipo de Valoración	Calidad del Servicio
Negativa	Muy malo
	Malo
Intermedia	Regular
Positiva	Bueno
	Muy bueno

Respecto de la relación entre la valoración y el planteamiento de las hipótesis, para efectos de hacer un análisis preciso se optó por hacer la siguiente correspondencia durante el procesamiento y análisis de la información:

- Valoración negativa = valoración **Baja** (muy malo, malo).
- Valoración intermedia = valoración **Media** (regular).
- Valoración positiva = valoración **Alta** (bueno, muy bueno).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo de Investigación

La presente investigación es de tipo Pura, dado que no se generarán conocimientos teóricos nuevos adicionales a los adquiridos en el proceso de formación profesional de la carrera profesional de Administración de Negocios Internacionales. Se confrontó la realidad con la teoría, buscando la solución de problemas relacionados a los servicios que brindan las Agencias de Aduana que operan en la ciudad de Tacna con el propósito de que sus clientes empresariales mejoren el logro de sus objetivos, en especial en lo relacionado a la exportación definitiva de sus productos.

3.2. Nivel de Investigación

La presente investigación, por sus objetivos y características, es de nivel Descriptivo–Explicativo, porque se especifica y describe las propiedades, características y rasgos importantes de los servicios que las Agencias de Aduana de la ciudad de Tacna brindan a sus clientes empresariales. Además se analizaron 2 variables, estableciendo el modo en que los servicios de las Agencias de Aduana influyen en el logro de los objetivos de las empresas del sector Agroindustrial de la región de Tacna, en su comercio internacional bajo el régimen aduanero de Exportación Definitiva.

3.3. Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación es de tipo Observacional, no Experimental, por cuanto la investigación se limita a describir y medir las variables, no siendo factible el control de las condiciones en que se dan. Es de tipo Prospectivo, no Retrospectivo, porque los datos primarios son obtenidos mediante dos encuestas específicamente diseñadas para la presente investigación. Es de tipo Transversal, no Longitudinal, dado que la obtención de los datos se hará en una única ocasión, para de inmediato proceder a su descripción y análisis. Es de tipo Descriptivo, no Comparativo, debido a que se estudia una sola población en cada una de las 2 variables: Servicios de las Agencias de Aduana (variable independiente) y Exportaciones Definitivas de las empresas agroindustriales (variable dependiente).

En síntesis, atendiendo a las diferentes formas de clasificar el Diseño, la investigación es Observacional, Prospectiva, Transversal y Descriptiva.

3.4. Ámbito de la Investigación

3.4.1. Ámbito Espacial:

Esta investigación está comprendida en la Región de Tacna, con la información secundaria obtenida de la OCER, DIRCETUR, MINAGRI y SUNAT. La información primaria se obtuvo directamente de las Agencias de Aduana y de las Empresas Agroindustriales exportadoras.

3.4.2. Ámbito temporal.

La presente investigación se realizó con información actualizada al año 2018, sin embargo, para efectos de análisis histórico se consideró el periodo comprendido entre los años 2010 al 2017 en los que se analizaron las exportaciones realizadas por las empresas del sector agroindustrial de la Región de Tacna.

3.4.3. Ámbito Social

En la investigación, el objeto de estudio no son las personas sino las organizaciones: Agencias de Aduana y Empresas exportadoras del Sector Agroindustrial. En cada una de ellas se encuestó a su máximo directivo.

3.4.4. Ámbito Conceptual

La investigación se enfocó en los servicios empresariales que brindan las Agencias de Aduana y que las Empresas Agroindustriales contratan para sus operaciones de exportaciones, en el marco de la legislación peruana.

3.5. Población y Muestra del estudio

3.5.1. Población

Dado los objetivos de la investigación se tienen 2 poblaciones estudiadas.

La primera población está conformada por las Agencias de Aduana que operan en la Región de Tacna, pudiendo ser su única área de influencia o bien, ser sede o sucursal de una empresa que opera a nivel nacional.

La segunda población está conformada por las empresas del sector agroindustrial de la región de Tacna que hayan realizado por lo menos una exportación en cada uno de los 2 últimos años.

En la presente investigación, la primera población es la que corresponde a la variable independiente siendo en total 31 Agencias de Aduana, aunque no fue posible encuestarlas a todas debido a varias razones: que recientemente hayan dejado de operar; se hayan trasladado a otra zona; o bien, no acepten colaborar con la presente investigación. En el análisis preliminar de las Agencias de Aduana que operan en Tacna, se ha detectado que algunas de ellas brindan servicios sólo a las empresas importadoras. Ante esto último, se tiene que la población estudiada está compuesta por 20 Agencias de Aduana. En el Apéndice C se tiene la relación de las Agencias de Aduana.

La segunda población corresponde a la variable dependiente. Se estima que son en total 125 empresas que han realizado por lo menos una exportación en cada uno de los 2 últimos años (2017 y 2018). De manera adicional, dado que usualmente en los reportes estadísticos suelen haber algunas imprecisiones se ha considerado 2 criterios adicionales a las empresas estudiadas. Así, en primer lugar se filtró del listado a aquellos registros en los que la columna RUC no inicien con “20”, es decir, fueron encuestadas sólo personas jurídicas. En segundo lugar, se ha consultado el número de RUC en el website de SUNAT, descartando aquellos registros de empresas que en realidad no se dedican a la actividad agroindustrial, sino que prestan servicios relacionados, trabajan con productos pecuarios o que sólo comercializan los productos agroindustriales. Luego de ello, se tiene que las empresas que se consideran parte de la población se reducen a 42. En el Apéndice D se tiene la relación de las empresas agroindustriales seleccionadas.

3.5.2. Muestra

Dado el planteamiento realizado, para la población correspondiente a las Agencias de Aduana no se define una muestra. Se trabajó con toda la población definida a fin de lograr resultados precisos.

Respecto de la población correspondiente a las empresas Agroindustriales dado los criterios aplicados se consideró conveniente

estudiar también a toda la población siendo 42 empresas agroindustriales exportadoras.

Los criterios de selección muestral fueron los siguientes:

3.5.2.1. Criterios de inclusión

Agencias de Aduana:

- Agencias de Aduana que operan en la región de Tacna.

Empresas Agroindustriales:

- Empresas del Sector Agroindustrial de la región de Tacna que hayan realizado por lo menos una exportación en cada uno de los últimos 2 años.
- Empresas cuyo RUC inicie con 20 (persona jurídica).

3.5.2.2. Criterios de exclusión

Agencias de Aduana:

- No encontrados en los domicilios legales declarados.
- Se trasladaron a otras regiones.
- Negativa a brindar información.
- Brindan servicios sólo a empresas importadoras.

Empresas Agroindustriales:

- Empresas que en realidad no son del sector agroindustrial sino que desarrollan actividades relacionadas al sector.

- No encontrados en los domicilios legales declarados.
- Negativa a brindar información.

3.6. Técnicas e Instrumentos de recolección de Datos

Para la implementación y desarrollo de la presente investigación se consideró pertinente tomar en cuenta las siguientes técnicas e instrumentos:

3.6.1. Técnica

La presente investigación se realizó aplicando la técnica de Encuesta para la recolección de la información primaria y en el análisis documentario de fuentes confiables para la información secundaria. Se emplearon 2 cuestionarios, una para cada variable, con una estructura específica para cada población.

3.6.2. Instrumento

Se utilizó como instrumento un Cuestionario que facilitó la recolección de datos de manera espontánea considerando la poca disponibilidad de tiempo tanto de las Agencias de Aduana como de las Empresas Exportadoras que se estudian en la presente investigación.

3.7. Técnica de procesamiento y análisis de datos

Procesamiento de información: Se procesó mediante el empleo del software estadístico SPSS versión 23 y Microsoft Excel versión 2013.

Análisis de información: Se utilizó el análisis de frecuencia, estadística descriptiva, pruebas estadísticas, prueba T de Student para una muestra. La contrastación de la Hipótesis permitió comprobar si la información obtenida mediante las encuestas que se aplicaron concuerda o no con las hipótesis formuladas.

3.8. Selección y validación de los instrumentos de investigación

3.8.1. Validación del Instrumento de Investigación

Se ha realizado la validación utilizando el Juicio de Expertos. Se ha recurrido a docentes expertos de FACEM que una vez revisado el planteamiento de la presente investigación y los instrumentos de recolección de información han considerado que son válidos y que garantizan que permitirán lograr los objetivos de la investigación.

3.8.2. Confiabilidad

Realizado el trabajo de campo, se utilizó el software SPSS versión 23 para determinar la confiabilidad de las respuestas obtenidas con ambos instrumentos. En dicho software, las pruebas de confiabilidad se denominan

de Fiabilidad, se calculó el Alfa de Cronbach dado que los datos evaluados corresponden a preguntas diseñadas con la escala de Likert.

3.8.2.1. Fiabilidad de los Servicios de las Agencias de Aduana

Se procedió al cálculo del Alfa de Cronbach para determinar la confiabilidad de todas las respuestas relacionadas a los objetivos propuestos de la presente investigación para la variable independiente. En las siguientes 2 tablas se tienen los valores calculados. Luego de ello, se presenta dicho estadístico por cada grupo de preguntas para las 2 dimensiones de la variable independiente.

Empleando el SPSS versión 23 se calculó el Alfa de Cronbach de esta variable, siendo de 0.892, valor que representa una alta fiabilidad y consistencia interna. En este caso, el número de elementos ascendió a 33, que corresponden a las 33 respuestas relacionadas directamente a los objetivos de la investigación.

Tabla N° 6
Estadísticas de fiabilidad de los Servicios de las Agencias de Aduana

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach	
	basada en elementos estandarizados	N de elementos
,892	,894	33

Fuente: Encuesta realizada

También se hizo el cálculo de lo que pasaría con el Alfa de Cronbach si se eliminara, por separado, cada uno de los 33 elementos. Los resultados se encuentran en la siguiente tabla. Como se aprecia, el Alfa de Cronbach varía entre 0.880 y 0.897. Con ello se puede afirmar que los resultados de la encuesta aplicada a las Agencias de Aduana son confiables.

Tabla N° 7

Estadísticas de fiabilidad de los elementos de los Servicios de las Agencias de Aduana

Elemento	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
B1. Requerimiento de servicio en comercio exterior, generación de solicitudes y recepción	130,00	237,733	,004	.	,897
B2. Documentación aduanera: elaboración y preparación	129,56	226,796	,730	.	,887
B3. Trámite del despacho aduanero	129,44	240,929	-,250	.	,894
B4. Inspección de la carga de exportación	129,81	229,629	,355	.	,890
B5. Despacho de la carga de exportación	129,69	225,162	,634	.	,887
B6. Monitoreo del embarque de la carga de exportación	129,94	228,196	,470	.	,889
C1. Asesoramiento en comercio exterior: temas normativos, técnicos y operacionales	130,19	229,762	,240	.	,893
C2. Negociación de precios y condiciones: de las mercancías a exportarse	130,63	216,650	,500	.	,888

C3. Gestión documentaria: del proceso de exportación	129,69	233,162	,300	.	,891
C4. Valorización: de las mercancías a exportarse	130,56	207,062	,731	.	,881
C5. Información estadística actualizada: temas aduaneros, jurídicos y de comercio exterior	131,31	212,496	,544	.	,887
D1. Requerimiento de servicio en comercio exterior, generación de solicitudes y recepción	130,19	237,629	,037	.	,894
D2. Documentación aduanera: elaboración y preparación	129,88	225,717	,466	.	,888
D3. Trámite del despacho aduanero	129,50	233,867	,485	.	,890
D4. Inspección de la carga de exportación	130,44	214,662	,702	.	,883
D5. Despacho de la carga de exportación	130,31	225,962	,438	.	,889
D6. Monitoreo del embarque de la carga de exportación	130,06	227,796	,334	.	,891
E1. Asesoramiento en comercio exterior: temas normativos, técnicos y operacionales	130,25	227,933	,488	.	,888
E2. Negociación de precios y condiciones: de las mercancías a exportarse	131,00	224,800	,319	.	,892
E3. Gestión documentaria: del proceso de exportación	129,56	230,929	,473	.	,889
E4. Valorización: de las mercancías a exportarse	131,06	209,529	,631	.	,884

E5. Información estadística					
actualizada: temas aduaneros, jurídicos y de comercio exterior	131,56	223,462	,463	.	,888
F1. Requerimiento de servicio en comercio exterior, generación de solicitudes y recepción	130,19	242,029	-,194	.	,896
F2. Documentación aduanera: elaboración y preparación	129,81	226,296	,494	.	,888
F3. Trámite del despacho aduanero	129,56	235,596	,266	.	,892
F4. Inspección de la carga de exportación	130,63	210,917	,822	.	,880
F5. Despacho de la carga de exportación	130,50	212,667	,710	.	,883
F6. Monitoreo del embarque de la carga de exportación	130,50	229,333	,303	.	,891
G1. Asesoramiento en comercio exterior: temas normativos, técnicos y operacionales	131,19	223,629	,344	.	,891
G2. Negociación de precios y condiciones: de las mercancías a exportarse	131,13	230,250	,257	.	,892
G3. Gestión documentaria: del proceso de exportación	129,75	230,333	,443	.	,889
G4. Valorización: de las mercancías a exportarse	130,88	214,783	,678	.	,884
G5. Información estadística actualizada: temas aduaneros, jurídicos y de comercio exterior	131,25	217,133	,577	.	,886

Fuente: Encuesta realizada

A continuación, para mayor profundidad en el análisis, se presentan los resultados del Alfa de Cronbach para cada uno de los grupos de preguntas, por separado.

D1. Importancia de los Trámites Aduaneros

El Alfa de Cronbach obtenido es de 0.610 para este grupo de 6 preguntas, el cual es un poco bajo pero no malo. Se explica en parte porque el número de elementos es pequeño pues en el análisis integral de la variable independiente se obtuvo un valor de 0.892.

Tabla N° 8

Estadísticas de fiabilidad de la Importancia de los Trámites Aduaneros

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,610	,635	6

Fuente: Encuesta realizada

Haciendo un análisis detallado de la influencia de cada uno de los 6 elementos en el Alfa de Cronbach se puede ver que las respuestas a la pregunta B3 podrían ser eliminadas por tener una correlación total de elementos corregida con valor negativo, aunque ocasionaría sólo una ligera subida de 0.610 a 0.643 en el Alfa de Cronbach. El elemento cuya supresión incrementa significativamente el Alfa de Cronbach hasta hacerlo aceptable es la pregunta B1.

Tabla N° 9

Estadísticas de fiabilidad de los elementos de la Importancia de los Trámites Aduaneros

Elemento	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
B1. Requerimiento de servicio en comercio exterior, generación de solicitudes y recepción	23,44	5,196	,037	,365	,758
B2. Documentación aduanera: elaboración y preparación	23,00	4,667	,681	,836	,464
B3. Trámite del despacho aduanero	22,88	6,517	-,013	,270	,643
B4. Inspección de la carga de exportación	23,25	4,600	,372	,569	,553
B5. Despacho de la carga de exportación	23,13	4,117	,682	,795	,420
B6. Monitoreo del embarque de la carga de exportación	23,38	4,383	,542	,550	,480

Fuente: Encuesta realizada

D2. Importancia de los Servicios Aduaneros

El Alfa de Cronbach obtenido es de 0.730 para este grupo de 5 preguntas, el cual es considerado por los expertos como aceptable. Podría ser mejor pero el número de elementos es pequeño pues en el análisis integral de la variable independiente se obtuvo un valor de 0.892.

Tabla N° 10

Estadísticas de fiabilidad de la Importancia de los Servicios Aduaneros

Alfa de Cronbach		
Alfa de Cronbach	basada en elementos estandarizados	N de elementos
,730	,689	5

Fuente: Encuesta realizada

Haciendo un análisis detallado de la influencia de cada uno de los 5 elementos en el Alfa de Cronbach se puede ver que la eliminación del elemento C3 es la única que produciría un incremento en el Alfa de Cronbach calculado de 0.730 a 0.781.

Tabla N° 11

Estadísticas de fiabilidad de los elementos de la Importancia de los Servicios Aduaneros

Elemento	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianz a de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
C1. Asesoramiento en comercio exterior: temas normativos, técnicos y operacionales	15,31	14,229	,415	,291	,710
C2. Negociación de precios y condiciones: de las mercancías a exportarse	15,75	12,067	,511	,447	,676
C3. Gestión documentaria: del proceso de exportación	14,81	18,162	,080	,257	,781
C4. Valorización: de las mercancías a exportarse	15,69	9,963	,772	,657	,550
C5. Información estadística actualizada: temas aduaneros, jurídicos y de comercio exterior	16,44	10,263	,649	,556	,612

Fuente: Encuesta realizada

D1. Frecuencia de los Trámites Aduaneros

El Alfa de Cronbach obtenido es de 0.725 para este grupo de 6 preguntas, el cual es considerado por los expertos como aceptable. Podría ser mejor pero el número de elementos es pequeño pues en el análisis integral de la variable independiente se obtuvo un valor de 0.892.

Tabla N° 4*Estadísticas de fiabilidad de la Frecuencia de los Trámites Aduaneros*

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach	
	basada en elementos estandarizados	N de elementos
,725	,763	6

Fuente: Encuesta realizada

Haciendo un análisis detallado de la influencia de cada uno de los 6 elementos en el Alfa de Cronbach se puede ver que las respuestas a la pregunta D1 podrían ser eliminadas por tener una correlación total de elementos corregida con valor negativo, generando además el mayor incremento en el Alfa de Cronbach calculado, de 0.725 a 0.794. Otro elemento cuya supresión mejora el Alfa de Cronbach es D4, aunque ligeramente.

Tabla N° 13*Estadísticas de fiabilidad de los elementos de la Frecuencia de los Trámites Aduaneros*

Elemento	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
D1. Requerimiento de servicio en comercio exterior, generación de solicitudes y recepción	21,69	11,163	-,002	,243	,794
D2. Documentación aduanera: elaboración y preparación	21,38	7,183	,779	,685	,583
D3. Trámite del despacho aduanero	21,00	10,133	,674	,709	,693
D4. Inspección de la carga de exportación	21,94	8,329	,328	,550	,744

D5. Despacho de la carga de exportación	21,81	7,096	,760	,774	,586
D6. Monitoreo del embarque de la carga de exportación	21,56	7,596	,553	,779	,657

Fuente: Encuesta realizada

D2. Frecuencia de los Servicios Aduaneros

El Alfa de Cronbach obtenido es de 0.722 para este grupo de 5 preguntas, el cual es considerado por los expertos como aceptable. Podría ser mejor pero el número de elementos es pequeño pues en el análisis integral de la variable independiente se obtuvo un valor de 0.892.

Tabla N° 14

Estadísticas de fiabilidad de la Frecuencia de los Servicios Aduaneros

Alfa de Cronbach		
Alfa de Cronbach	basada en elementos estandarizados	N de elementos
,722	,671	5

Fuente: Encuesta realizada

Haciendo un análisis detallado de la influencia de cada uno de los 5 elementos en el Alfa de Cronbach se puede ver que la supresión de las respuestas a las preguntas E1 y E3 incrementan ligeramente el Alfa de Cronbach.

Tabla N°5

Estadísticas de fiabilidad de los elementos de la Frecuencia de los Servicios Aduaneros

Elemento	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
----------	--	---	--	----------------------------------	---

E1. Asesoramiento en comercio exterior: temas normativos, técnicos y operacionales	14,31	11,962	,278	,125	,738
E2. Negociación de precios y condiciones: de las mercancías a exportarse	15,06	7,262	,692	,807	,574
E3. Gestión documentaria: del proceso de exportación	13,63	13,317	,063	,294	,777
E4. Valorización: de las mercancías a exportarse	15,13	5,850	,801	,793	,507
E5. Información estadística actualizada: temas aduaneros, jurídicos y de comercio exterior	15,63	9,050	,590	,369	,632

Fuente: Encuesta realizada

D1. Rentabilidad de los Trámites Aduaneros

El Alfa de Cronbach obtenido es de 0.732 para este grupo de 6 preguntas, el cual es considerado por los expertos como aceptable. Podría ser mejor pero el número de elementos es pequeño pues en el análisis integral de la variable independiente se obtuvo un valor de 0.892.

Tabla N° 16

Estadísticas de fiabilidad de la Rentabilidad de los Trámites Aduaneros

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach	
	basada en elementos estandarizados	N de elementos
,732	,743	6

Fuente: Encuesta realizada

Haciendo un análisis detallado de la influencia de cada uno de los 6 elementos en el Alfa de Cronbach se puede ver que sólo la supresión de las respuestas a la pregunta F1 podrían ser eliminadas para mejorar el Alfa

de Cronbach calculado de 0.732 a 0.758, aunque como se observa no será muy significativo.

Tabla N° 17

Estadísticas de fiabilidad de los elementos de la Rentabilidad de los Trámites Aduaneros

Elemento	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
F1. Requerimiento de servicio en comercio exterior, generación de solicitudes y recepción	20,88	11,317	,159	,443	,758
F2. Documentación aduanera: elaboración y preparación	20,50	8,400	,664	,640	,641
F3. Trámite del despacho aduanero	20,25	10,867	,439	,369	,722
F4. Inspección de la carga de exportación	21,31	8,096	,442	,724	,712
F5. Despacho de la carga de exportación	21,19	6,696	,650	,758	,633
F6. Monitoreo del embarque de la carga de exportación	21,19	8,163	,570	,738	,662

Fuente: Encuesta realizada

D2. Rentabilidad de los Servicios Aduaneros

El Alfa de Cronbach obtenido es de 0.693 para este grupo de 5 preguntas, muy cercano a 0.700 que es considerado por los expertos como aceptable. Podría ser mejor pero el número de elementos es pequeño pues en el análisis integral de la variable independiente se obtuvo un valor de 0.892.

Tabla N° 6
Estadísticas de fiabilidad de la Rentabilidad de los Servicios Aduaneros

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,693	,613	5

Fuente: Encuesta realizada

Haciendo un análisis detallado de la influencia de cada uno de los 5 elementos en el Alfa de Cronbach se puede ver que sólo la supresión de las respuestas a la pregunta G3 podrían ser eliminadas para mejorar el Alfa de Cronbach calculado de 0.693 a 0.797, que es una mejora importante.

Tabla N° 7
Estadísticas de fiabilidad de los elementos de la Rentabilidad de los Servicios Aduaneros

Elemento	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
G1. Asesoramiento en comercio exterior: temas normativos, técnicos y operacionales	14,50	7,200	,608	,749	,562
G2. Negociación de precios y condiciones: de las mercancías a exportarse	14,44	8,396	,673	,703	,551
G3. Gestión documentaria: del proceso de exportación	13,06	13,796	-,192	,328	,797
G4. Valorización: de las mercancías a exportarse	14,19	9,496	,347	,275	,688
G5. Información estadística actualizada: temas aduaneros, jurídicos y de comercio exterior	14,56	6,929	,776	,643	,471

Fuente: Encuesta realizada

3.8.2.2. Fiabilidad de la Calidad Percibida por las Empresas Exportadoras

Se procedió al cálculo del Alfa de Cronbach para determinar la confiabilidad de todas las respuestas relacionadas a los objetivos propuestos de la presente investigación para la variable dependiente. En las siguientes 2 tablas se tienen los valores calculados. Luego de ello, se presenta dicho estadístico por cada una de las 5 dimensiones de la variable dependiente.

Empleando el SPSS versión 23 se calculó el Alfa de Cronbach de esta variable, siendo de 0.961, valor que representa una muy alta fiabilidad y consistencia interna. En este caso, el número de elementos ascendió a 22, que corresponden a las 22 respuestas obtenidas con la encuesta a las empresas exportadoras que están relacionadas directamente a los objetivos de la investigación.

Tabla N° 20

Estadísticas de fiabilidad de la Calidad Percibida por las Empresas Exportadoras

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach	
	basada en elementos estandarizados	N de elementos
,961	,960	22

Fuente: Encuesta realizada

También se hizo el cálculo de lo que pasaría con el Alfa de Cronbach si se eliminara, por separado, cada uno de los 22 elementos. Los resultados se encuentran en la siguiente tabla. Como se aprecia, el Alfa de Cronbach

variaría entre 0.956 y 0.967. Por ello se puede afirmar que los resultados de la encuesta aplicada a las Empresas Exportadoras del sector agroindustrial son muy confiables.

Tabla N° 21

Estadísticas de fiabilidad de los elementos de la Calidad Percibida por las Empresas Exportadoras

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
1. Las Agencias de Aduana tienen un equipamiento de apariencia moderna	61,11	294,340	,415	.	,962
2. Las instalaciones físicas de las Agencias de Aduana son visualmente atractivas	61,28	293,624	,438	.	,962
3. Los empleados de las Agencias de Aduana tienen apariencia impecable	60,83	286,971	,686	.	,960
4. Los materiales relacionados al servicio que utilizan las Agencias de Aduana (folletos, reportes, informes, guías, etc.) son visualmente atractivos	61,83	305,441	-,007	.	,967
5. Cuando las Agencias de Aduana prometen hacer algo en un determinado tiempo, lo hacen	61,33	278,824	,833	.	,958
6. Cuando Ud. ha tenido un problema con las Agencias de Aduana, ellas muestran un sincero interés en solucionarlo	61,06	279,350	,678	.	,959

7. En las Agencias de Aduana realizan bien el servicio la primera vez	60,61	293,546	,414	.	,962
8. En las Agencias de Aduana terminan el servicio en el tiempo que prometen hacerlo	61,28	283,036	,709	.	,959
9. En las Agencias de Aduana insisten en mantener registros libres de errores	61,39	275,663	,711	.	,959
10. Los empleados de las Agencias de Aduana le informan con precisión de cuándo concluirá cada servicio	61,50	279,441	,668	.	,960
11. Los empleados de las Agencias de Aduana le sirven con rapidez	61,67	275,294	,873	.	,957
12. Los empleados de las Agencias de Aduana siempre se muestran dispuestos a ayudarle	61,17	272,029	,887	.	,957
13. Los empleados de las Agencias de Aduana nunca están demasiado ocupados para responder a sus preguntas	61,39	280,134	,780	.	,958
14. El comportamiento de los empleados de las Agencias de Aduana le transmiten confianza	60,89	271,281	,892	.	,957
15. Usted se siente seguro en sus transacciones y relación con las Agencias de Aduana	60,78	268,889	,935	.	,956
16. Los empleados de las Agencias de Aduana son siempre amables con usted	60,72	274,683	,850	.	,957

17. Los empleados de las Agencias de Aduana tienen conocimientos suficientes para contestar las preguntas que les hace	61,06	283,350	,677	.	,959
18. En las Agencias de Aduana le dan una atención individualizada	61,11	270,693	,859	.	,957
19. Los empleados de las Agencias de Aduana le dan una atención personalizada	61,17	273,206	,813	.	,958
20. Los empleados de las Agencias de Aduana comprenden sus necesidades específicas	61,22	268,301	,894	.	,957
21. En las Agencias de Aduana se preocupan siempre por sus mejores intereses	61,17	266,265	,923	.	,956
22. En las Agencias de Aduana tienen horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes	60,61	279,193	,674	.	,960

Fuente: Encuesta realizada

A continuación, para mayor profundidad en el análisis, se presentan los resultados del Alfa de Cronbach para cada una de las 5 dimensiones, por separado.

D1. Tangibilidad

El Alfa de Cronbach obtenido es de 0.743 para esta primera dimensión, el cual se considera como aceptable por los expertos. Se explica en parte porque el número de elementos es pequeño, 4 de 22 en total, pues en el análisis integral de la variable dependiente se obtuvo un valor de 0.961.

Tabla N° 8
Estadísticas de fiabilidad de la dimensión Tangibilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach	
	basada en elementos estandarizados	N de elementos
,743	,764	4

Fuente: Encuesta realizada

Realizando un análisis detallado de la influencia de cada uno de los 4 elementos en el Alfa de Cronbach se puede ver que sólo la supresión de las respuestas a la pregunta 4 podría incrementarlo, aunque su impacto es pequeño.

Tabla N° 9
Estadísticas de fiabilidad de los elementos de la dimensión Tangibilidad

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
1. Las Agencias de Aduana tienen un equipamiento de apariencia moderna	8,22	4,418	,636	,536	,635
2. Las instalaciones físicas de las Agencias de Aduana son visualmente atractivas	8,39	4,369	,646	,577	,628
3. Los empleados de las Agencias de Aduana tienen apariencia impecable	7,94	4,761	,508	,312	,700
4. Los materiales relacionados al servicio que utilizan las Agencias de Aduana (folletos, reportes, informes, guías, etc.) son visualmente atractivos	8,94	4,056	,425	,206	,778

Fuente: Encuesta realizada

D2. Fiabilidad

El Alfa de Cronbach resultante es de 0.816 para las 5 preguntas de esta dimensión, el cual es considerado por los expertos como aceptable. Podría ser mejor pero el número de elementos es pequeño pues en el análisis integral de la variable dependiente se obtuvo un valor de 0.961.

Tabla N° 10
Estadísticas de fiabilidad de la dimensión Fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach	
	basada en elementos estandarizados	N de elementos
,816	,815	5

Fuente: Encuesta realizada

Realizando un análisis detallado de la influencia de cada uno de los 5 elementos en el Alfa de Cronbach se puede ver que la supresión de las respuestas a la pregunta 7 incrementa ligeramente el Alfa de Cronbach. Cabe resaltar que, independientemente de que elemento se suprima, en todos los casos, el Alfa de Cronbach resultante es aceptable.

Tabla N° 11
Estadísticas de fiabilidad de los elementos de la dimensión Fiabilidad

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
5. Cuando las Agencias de Aduana prometen hacer algo en un determinado tiempo, lo hacen	11,89	9,399	,870	,783	,703

6. Cuando Ud. ha tenido un problema con las Agencias de Aduana, ellas muestran un sincero interés en solucionarlo	11,61	10,252	,533	,544	,804
7. En las Agencias de Aduana realizan bien el servicio la primera vez	11,17	12,029	,449	,388	,820
8. En las Agencias de Aduana terminan el servicio en el tiempo que prometen hacerlo	11,83	11,559	,465	,381	,817
9. En las Agencias de Aduana insisten en mantener registros libres de errores	11,94	8,408	,765	,660	,725

Fuente: Encuesta realizada

D3. Capacidad de Respuesta

El Alfa de Cronbach resultante es de 0.883 para esta dimensión de 4 preguntas, el cual es considerado por los expertos como bueno. Podría ser mejor pero el número de elementos es pequeño pues en el análisis integral de la variable dependiente se obtuvo un valor de 0.961.

Tabla N° 26

Estadísticas de fiabilidad de la dimensión Capacidad de Respuesta

Alfa de Cronbach		
Alfa de Cronbach	basada en elementos estandarizados	N de elementos
,883	,887	4

Fuente: Encuesta realizada

Realizando un análisis detallado de la influencia de cada uno de los 4 elementos en el Alfa de Cronbach se puede ver que la supresión de las respuestas a la pregunta 10 incrementa ligeramente el Alfa de Cronbach

de esta dimensión. Cabe resaltar que, independientemente de que elemento se suprima, en todos los casos, el Alfa de Cronbach resultante es bueno.

Tabla N° 27

Estadísticas de fiabilidad de los elementos de la dimensión Capacidad de Respuesta

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
10. Los empleados de las Agencias de Aduana le informan con precisión de cuándo concluirá cada servicio	7,94	8,526	,571	,447	,920
11. Los empleados de las Agencias de Aduana le sirven con rapidez	8,11	7,516	,894	,849	,793
12. Los empleados de las Agencias de Aduana siempre se muestran dispuestos a ayudarle	7,61	7,310	,831	,834	,815
13. Los empleados de las Agencias de Aduana nunca están demasiado ocupados para responder a sus preguntas	7,83	8,618	,723	,597	,860

Fuente: Encuesta realizada

D4. Seguridad

El Alfa de Cronbach resultante es de 0.938 para esta dimensión de 4 preguntas, el cual es considerado por los expertos como muy bueno. Podría ser mejor pero el número de elementos es pequeño pues en el análisis integral de la variable dependiente se obtuvo un valor de 0.961.

Tabla N° 28
Estadísticas de fiabilidad de la dimensión Seguridad

Alfa de Cronbach		
Alfa de Cronbach	basada en elementos estandarizados	N de elementos
,938	,938	4

Fuente: Encuesta realizada

Realizando un análisis detallado de la influencia de cada uno de los 4 elementos en el Alfa de Cronbach se puede ver que la supresión de las respuestas a la pregunta 17 incrementa ligeramente el Alfa de Cronbach de esta dimensión. Cabe resaltar, que ante la supresión de las preguntas 14 y 15, el Alfa de Cronbach resultante también es muy bueno, aunque menor al de esta dimensión de la variable dependiente.

Tabla N° 29
Estadísticas de fiabilidad de los elementos de la dimensión Seguridad

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
14. El comportamiento de los empleados de las Agencias de Aduana le transmiten confianza	9,61	8,840	,897	,908	,905
15. Usted se siente seguro en sus transacciones y relación con las Agencias de Aduana	9,50	8,735	,887	,857	,909
16. Los empleados de las Agencias de Aduana son siempre amables con usted	9,44	9,085	,924	,881	,897

17. Los empleados de las Agencias de Aduana tienen conocimientos suficientes para contestar las preguntas que les hace	9,78	10,771	,721	,664	,958
---	------	--------	------	------	------

Fuente: Encuesta realizada

D5. Empatía

El Alfa de Cronbach resultante es de 0.941 para esta dimensión de 5 preguntas, el cual es considerado por los expertos como muy bueno. Podría ser mejor pero el número de elementos es pequeño pues en el análisis integral de la variable dependiente se obtuvo un valor de 0.961.

Tabla N° 30

Estadísticas de fiabilidad de la dimensión Empatía

Alfa de Cronbach		
Alfa de Cronbach	basada en elementos estandarizados	N de elementos
,941	,940	5

Fuente: Encuesta realizada

Realizando un análisis detallado de la influencia de cada uno de los 4 elementos en el Alfa de Cronbach se puede ver que la supresión de las respuestas a la pregunta 22 incrementa ligeramente el Alfa de Cronbach de esta dimensión. Cabe resaltar, que independientemente de que elemento se suprima, en todos los casos, el Alfa de Cronbach resultante es muy bueno, aunque un poco menor al calculado para esta dimensión.

Tabla N° 31*Estadísticas de fiabilidad de los elementos de la dimensión Empatía*

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
18. En las Agencias de Aduana le dan una atención individualizada	12,06	19,114	,878	,917	,921
19. Los empleados de las Agencias de Aduana le dan una atención personalizada	12,11	19,281	,886	,896	,920
20. Los empleados de las Agencias de Aduana comprenden sus necesidades específicas	12,17	18,853	,873	,912	,922
21. En las Agencias de Aduana se preocupan siempre por sus mejores intereses	12,11	18,105	,933	,945	,910
22. En las Agencias de Aduana tienen horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes	11,56	21,673	,644	,432	,961

Fuente: Encuesta realizada

IV. RESULTADOS

4.1. Presentación de Resultados

4.1.1. Variable Independiente: Servicios de las Agencias de Aduana

4.1.1.1. Características de la Población

- Tiempo de operación

En lo que se refiere al tiempo de operación de las Agencias de Aduana encuestadas se puede ver en la siguiente tabla que la mayoría de ellas vienen operando por menos de 20 años. Son pocas las Agencias de Aduana que tienen más de 20 años, la más antigua tiene 36 años, es decir, fue creada pocos años después de creado el sistema ZofraTacna.

Tabla N° 32

Tiempo de operación de las Agencias de Aduana

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	<= a 10 años	7	43,8	43,8	43,8
	Entre 11 y 20 años	6	37,5	37,5	81,3
	Entre 21 y 30 años	2	12,5	12,5	93,8
	Entre 31 y 40 años	1	6,3	6,3	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Al procesar la información obtenida de las encuestas aplicadas a las Agencias de Aduana, se pudo observar que la Agencia de Aduana más

reciente tenía 2 años de creada, teniendo todas 13.94 años de operación en promedio, es decir, 14 años aproximadamente. Por ello se puede afirmar que en general, las Agencias de Aduana de Tacna, tienen experiencia y se han consolidado en el mercado. Por ende, son conocidas por las empresas agroindustriales exportadoras, por lo que las evaluaciones que hacen de la calidad del servicio de las Agencias de Aduana tienen bases sólidas y son confiables.

- Personal permanente

En lo relacionado al personal permanente que labora en las Agencias de Aduana, se puede observar que, en todos los casos, son menores a 10 trabajadores. El 63% de ellas tienen entre 4 y 6 trabajadores, siendo la cantidad más frecuente 4 trabajadores. La cuarta parte de las Agencias de Aduana tienen entre 7 y 9 trabajadores. Muy pocas tienen 3 o menos trabajadores permanentes.

Tabla N° 33
Personal permanente en las Agencias de Aduana

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	<= a 3 trabajadores	2	12,5	12,5	12,5
	Entre 4 y 6 trabajadores	10	62,5	62,5	75,0
	Entre 7 y 9 trabajadores	4	25,0	25,0	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Las Agencias de Aduana que operan en Tacna son de tamaño relativamente pequeño, pero adecuado a su mercado, esto es así porque la economía tacneña es pequeña comparada al total nacional. En caso

de una mayor demanda de sus servicios, suelen recurrir a la contratación temporal de personal especialista.

- Personal temporal

Respecto del personal especialista contratado de manera temporal por las Agencias de Aduana se tiene que, 3 de 4 de ellas contratan no más de 3 trabajadores. El restante 25% contrata hasta un máximo de 5 trabajadores. Analizando con mayor detalle, se pudo determinar que sólo el 12.5% de las Agencias de Aduana no emplea esta estrategia pues manifestaron que nunca contratan personal temporal.

Tabla N° 34
Personal temporal en las Agencias de Aduana

Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido <= a 3 trabajadores	12	75,0	75,0	75,0
Entre 4 y 6 trabajadores	4	25,0	25,0	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Como se mencionó previamente, se puede afirmar que sólo la cuarta parte de las Agencias de Aduana contratan entre 4 y 6 trabajadores especializados. Si bien esto es parte de una estrategia de optimización en el empleo de recursos, no se contrata más personal que en las empresas agroindustriales exportadoras por la naturaleza del volumen de sus servicios y de los clientes que les contratan.

- Documentos de Gestión

A las Agencias de Aduana se les preguntó también por los documentos de gestión con los que cuentan. Esto con el fin de determinar cuáles son los que más emplean y el nivel de profesionalismo en su dirección y administración. Se les preguntó por 9 documentos:

- Plan de Negocios (PN).
- Plan Estratégico (PE).
- Plan de Marketing (PM).
- Manual de Organización y Funciones (MOF).
- Reglamento de Organización y Funciones (ROF).
- Plan Anual Operativo o de Operaciones (PAO).
- Manual o Reglamento interno de Procedimientos Administrativos (MP Adm.).
- Manual o Reglamento interno de Procedimientos Aduaneros (MP Adu.).
- Código de Ética de Trabajo (CE)

Además, se incluyó la opción para que especifiquen Otro documento.

Aunque una Agencia de Aduana marcó esta última opción, no cumplió con especificar qué documento era.

Tabla N° 35
Documentos de gestión de las Agencias de Aduana

Encuesta	PN	PE	PM	MOF	ROF	PAO	MP Adm.	MP Adu.	CE	Otro
1	Sí	No	No	Sí	No	No	Sí	Sí	No	No
2	No	No	No	No	No	Sí	Sí	Sí	No	No
3	No	No	No	No	No	Sí	Sí	Sí	No	No
4	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
5	No	No	No	No	No	No	Sí	No	No	No
6	No	No	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	No
7	No	No	No	Sí	No	No	No	No	No	No

8	Sí	Sí	No	No	No	No	Sí	Sí	No	No
9	No	No	Sí	No						
10	Sí	No	No	No	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No
11	No	Sí								
12	No	No	No	Sí	No	No	Sí	No	No	No
13	Sí	No	No	No	No	Sí	No	Sí	Sí	No
14	No	No	No	No	No	No	Sí	Sí	No	No
15	No									
16	No	No	No	No	No	No	Sí	Sí	No	No
Sí	4	1	1	1	2	5	11	10	4	1
No	12	15	15	15	14	11	5	6	12	15
Total	N	16	16	16	16	16	16	16	16	16

Fuente: Encuesta realizada

Analizando los resultados obtenidos, se puede ver que la gran mayoría de Agencias de Aduana cuentan con 2 de ellos: los manuales de procedimientos, tanto administrativos como de aduanas. Esto se entiende porque los procedimientos deben estar claramente definidos y directamente relacionados a lo establecido en la normatividad aduanera. Además, también cuentan con Plan de Negocios, Plan Anual de Operaciones y Código de Ética, aunque se debe precisar que representan entre el 25% y el 31% del total de Agencias de Aduana. Todos los demás documentos también se emplean, pero en una cantidad muy reducida, tal y como se observa en la tabla.

- Empleo de Internet

Culminando la parte de la caracterización de la población, en el caso de la presente variable son las Agencias de Aduana, se hizo una pregunta sobre el modo en que emplean el Internet para brindar sus servicios a los clientes. Se les presentó 7 herramientas, adicionando una octava alternativa: Otro, a fin de que indiquen el uso de otra

herramienta no considerada inicialmente. Los resultados se encuentran resumidos en la siguiente tabla:

Tabla N° 36
Empleo de Internet por las Agencias de Aduana

Encuesta	Website	Blog	eMail	Facebook	Twitter	WhatsApp	Skype	Otro
1	No	No	Sí	No	No	Sí	No	No
2	No	No	Sí	No	No	Sí	No	No
3	No	No	Sí	Sí	No	Sí	No	No
4	No	No	Sí	No	No	Sí	No	No
5	No	No	Sí	No	No	Sí	No	No
6	Sí	No	Sí	Sí	No	Sí	No	No
7	No	No	Sí	No	No	Sí	No	No
8	No	No	Sí	Sí	No	Sí	No	No
9	Sí	Sí	Sí	Sí	No	Sí	Sí	No
10	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No	No
11	No	No	Sí	No	No	Sí	No	No
12	No	No	Sí	No	No	No	No	No
13	No	No	Sí	Sí	No	Sí	No	No
14	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	No
15	No	No	Sí	No	No	Sí	No	No
16	No	No	Sí	No	No	Sí	No	No
Sí	4	2	16	7	2	15	1	0
No	12	14	0	9	14	1	15	16
Total	N	16	16	16	16	16	16	16

Fuente: Encuesta realizada

Como se puede observar, todas las Agencias de Aduana usan el eMail (correo electrónico) para su comunicación interna y con los clientes. De igual manera, para una comunicación directa e inmediata usan el WhatsApp, que se emplea principalmente en los smartphones. Además, casi la mitad de ellas emplean también el Facebook, aunque en este caso, además de herramienta de comunicación directa con los clientes, sirve también para promocionar los servicios que se brinda.

Se debe destacar que la cuarta parte de las Agencias de Aduana manifiestan tener una página web propia. De igual manera, muy pocas emplean el Blog, por los esfuerzos que requiere su mantenimiento y difusión. El Twitter y el Skype también son escasamente empleados como alternativas de promoción y comunicación con los clientes.

4.1.1.2. Dimensión 1: Trámites Aduaneros

La dimensión Trámites Aduaneros tiene 6 indicadores:

- Requerimiento de servicio.
- Documentación aduanera.
- Despacho aduanero.
- Inspección de carga.
- Despacho de carga.
- Monitoreo de embarque/desembarque.

Con el propósito de tener una idea lo más precisa posible de su situación real en las Agencias de Aduana estudiadas, se diseñaron reactivos considerando 3 aspectos de ellos: **importancia, frecuencia y rentabilidad** de cada uno.

Respecto de la **importancia**, se tiene que tabulando y sumando todas las respuestas de las Agencias de Aduana se tiene la siguiente tabla resumen:

Tabla N° 37
Importancia de los Trámites Aduaneros

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada importante	1	1,04	1,04	1,04
	Medianamente importante	9	9,38	9,38	10,42
	Importante	13	13,54	13,54	23,96
	Muy importante	73	76,94	76,94	100,00
	Total	96	100,00	100,00	

Fuente: Encuesta realizada

Como se aprecia, 3 de cada 4 Agencias de Aduana consideran como “Muy importante” para ellos y sus clientes los trámites aduaneros que

ofertan. Se debe destacar que sólo una Agencia de Aduana marcó como “Nada importante” uno de los trámites que brinda, esto se explica simplemente por el hecho de que dicha Agencia de Aduana no tiene sistematizado y automatizado una parte de sus procesos por no considerarla crítica en su trabajo. De igual manera, se debe destacar que ninguna Agencia de Aduana marcó la alternativa “Poco importante” en ninguno de los 6 indicadores.

En líneas generales, 9 de cada 10 Agencias de Aduana consideran que los trámites que ofertan tienen una importancia alta, para ellos y sus clientes, lo cual nos hace ver que tienen correctamente definidos los trámites aduaneros en que asesoran y apoyan a sus clientes. El más importante es el trámite del despacho aduanero.

Respecto de la **frecuencia**, se tiene que tabulando y sumando todas las respuestas de las Agencias de Aduana se tiene la siguiente tabla resumen:

Tabla N° 38
Frecuencia de los Trámites Aduaneros

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	1,04	1,04	1,04
	Algunas veces	4	4,17	4,17	5,21
	Regularmente	11	11,46	11,46	16,67
	Frecuentemente	28	29,17	29,17	45,83
	Muy frecuentemente	52	54,17	54,17	100,00
	Total	96	100,00	100,00	

Fuente: Encuesta realizada

Como se aprecia, la mitad de las Agencias de Aduana manifiestan que los trámites aduaneros que ofertan son solicitados “Muy

frecuentemente” por sus clientes. Se debe destacar que sólo el 5% manifestó que algunos de sus servicios son solicitados sólo “Algunas veces” o “Nunca”. Como se aprecia, hay una correspondencia entre la frecuencia con la que sus clientes requieren los trámites aduaneros y la importancia que las Agencias de Aduana les dan, aunque se puede notar que la importancia es ligeramente mayor que la frecuencia de requerimiento.

En líneas generales, 8 de cada 10 Agencias de Aduana manifiestan que los trámites que ofertan tienen una frecuencia de requerimiento alta por sus clientes, lo cual nos hace ver que tienen bien definidos los trámites aduaneros en que asesoran y apoyan a sus clientes. El más frecuentemente solicitado es el trámite del despacho aduanero.

Respecto de la **rentabilidad**, se tiene que tabulando y sumando todas las respuestas de las Agencias de Aduana se tiene la siguiente tabla resumen:

Tabla N° 39
Rentabilidad de los Trámites Aduaneros

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada rentable	2	2,08	2,08	2,08
	Poco rentable	4	4,17	4,17	6,25
	Medianamente rentable	12	12,50	12,50	18,75
	Rentable	35	36,46	36,46	55,21
	Muy rentable	43	44,79	44,79	100,00
	Total	96	100,00	100,00	

Fuente: Encuesta realizada

Como se aprecia, el 45%, casi la mitad, de las Agencias de Aduana reconocen que los trámites aduaneros que son requeridos por sus clientes

califican como “Muy rentable” para ellos mismos. Se debe destacar que sólo el 6% manifestó que algunos de sus servicios son considerados como “Nada rentable” o “Poco rentable” para ellos. Como se aprecia, hay una correspondencia entre la frecuencia con la que sus clientes requieren los trámites aduaneros y la importancia que las Agencias de Aduana les dan y la rentabilidad que obtienen.

En líneas generales, 8 de cada 10 Agencias de Aduana manifiestan que los trámites aduaneros que ofertan tienen una rentabilidad alta para ellos, lo cual nos hace ver que tienen bien definidos los trámites aduaneros en que asesoran y apoyan a sus clientes. El más rentable es el trámite del despacho aduanero.

A continuación, se analizará en detalle cada uno de los indicadores agrupados en los 3 aspectos vistos aquí.

4.1.1.2.1. Importancia de los Trámites Aduaneros

Tabla N° 40

I.1 Importancia del Requerimiento de servicio en comercio exterior, generación de solicitudes y recepción

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada importante	1	6,3	6,3	6,3
	Medianamente importante	1	6,3	6,3	12,5
	Importante	4	25,0	25,0	37,5
	Muy importante	10	62,5	62,5	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 87% de las Agencias de Aduana encuestadas consideran que los procedimientos relacionados a la atención del requerimiento de servicios tienen una importancia alta, incluso 6 de cada 10 manifiestan que es “muy importante”.

Tabla N° 41

1.2 Importancia de la Documentación aduanera: elaboración y preparación

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medianamente importante	1	6,3	6,3	6,3
	Importante	1	6,3	6,3	12,5
	Muy importante	14	87,5	87,5	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: Todas las Agencias de Aduana encuestadas consideran que la elaboración y preparación de la documentación aduanera para sus clientes es un proceso importante, casi 9 de cada 10 Agencias de Aduana lo consideran “muy importante”.

Tabla N° 42

1.3 Importancia del Trámite del despacho aduanero

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Importante	1	6,3	6,3	6,3
	Muy importante	15	93,8	93,8	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: Todas las Agencias de Aduana encuestadas consideran que el trámite del despacho aduanero es un proceso que tiene

una importancia alta para sus empresas clientes, incluso el 93.8% lo consideran “muy importante”.

Tabla N° 43

1.4 Importancia de la Inspección de la carga de exportación

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medianamente importante	3	18,8	18,8	18,8
	Importante	1	6,3	6,3	25,0
	Muy importante	12	75,0	75,0	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: Todas las Agencias de Aduana encuestadas consideran que la inspección de la carga de la exportación para sus clientes es un proceso importante, incluso 3 de cada 4 Agencias de Aduana lo consideran “muy importante”.

Tabla N° 44

1.5 Importancia del Despacho de la carga de exportación

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medianamente importante	2	12,5	12,5	12,5
	Importante	1	6,3	6,3	18,8
	Muy importante	13	81,3	81,3	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: Todas las Agencias de Aduana encuestadas consideran que el despacho de la carga de exportación para sus clientes es

un proceso importante, incluso 4 de cada 5 Agencias de Aduana lo consideran “muy importante”.

Tabla N° 45

1.6 Importancia del Monitoreo del embarque de la carga de exportación

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medianamente importante	2	12,5	12,5	12,5
	Importante	5	31,3	31,3	43,8
	Muy importante	9	56,3	56,3	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 88% de las Agencias de Aduana encuestadas consideran que los procedimientos relacionados al monitoreo del embarque de la carga de exportación tienen una importancia alta, incluso más de la mitad manifiestan que es “muy importante”.

4.1.1.2.2. Frecuencia de los Trámites Aduaneros

Tabla N° 46

1.1 Frecuencia del Requerimiento de servicio en comercio exterior, generación de solicitudes y recepción

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regularmente	3	18,8	18,8	18,8
	Frecuentemente	7	43,8	43,8	62,5
	Muy frecuentemente	6	37,5	37,5	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 81% de las Agencias de Aduana encuestadas manifiestan que los procedimientos relacionados a la generación de solicitudes y recepción de los requerimientos de servicio en comercio exterior son solicitados con una frecuencia alta por sus clientes, incluso casi 4 de cada 10 manifiestan que ello ocurre “muy frecuentemente”.

Tabla N° 47

I.2 Frecuencia de la Documentación aduanera: elaboración y preparación

Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Algunas veces	1	6,3	6,3	6,3
Regularmente	1	6,3	6,3	12,5
Frecuentemente	3	18,8	18,8	31,3
Muy frecuentemente	11	68,8	68,8	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 88% de las Agencias de Aduana encuestadas manifiestan que los procedimientos relacionados a la elaboración y preparación de la documentación aduanera son solicitados con una frecuencia alta por sus clientes, incluso casi 7 de cada 10 manifiestan que ello ocurre “muy frecuentemente”. Se debe destacar en este caso que en una Agencia de Aduana la frecuencia con que le solicitan este trámite es demasiado baja.

Tabla N° 48*I.3 Frecuencia del Trámite del despacho aduanero*

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Frecuentemente	2	12,5	12,5	12,5
	Muy frecuentemente	14	87,5	87,5	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: En el caso de este servicio, el 100% de las Agencias de Aduana encuestadas manifiestan que los procedimientos relacionados al trámite del despacho aduanero son solicitados con una frecuencia alta por sus clientes, incluso casi 9 de cada 10 manifiestan que ello ocurre “muy frecuentemente”.

Tabla N° 49*I.4 Frecuencia de la Inspección de la carga de exportación*

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	6,3	6,3	6,3
	Algunas veces	1	6,3	6,3	12,5
	Regularmente	1	6,3	6,3	18,8
	Frecuentemente	8	50,0	50,0	68,8
	Muy frecuentemente	5	31,3	31,3	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 81% de las Agencias de Aduana encuestadas manifiestan que los procedimientos relacionados a la inspección de la carga de exportación son solicitados con una frecuencia alta por sus clientes, incluso 3 de cada 10 manifiestan que ello ocurre “muy frecuentemente”. Es necesario precisar que en este caso, la octava parte

de las Agencias de Aduanas consideran que la frecuencia con que le solicitan este trámite es demasiado baja o inexistente.

Tabla N° 50

I.5 Frecuencia del Despacho de la carga de exportación

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	1	6,3	6,3	6,3
	Regularmente	3	18,8	18,8	25,0
	Frecuentemente	6	37,5	37,5	62,5
	Muy frecuentemente	6	37,5	37,5	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 75% de las Agencias de Aduana encuestadas manifiestan que los procedimientos relacionados al despacho de la carga de exportación son solicitados con una frecuencia alta por sus clientes, incluso casi 4 de cada 10 manifiestan que ello ocurre “muy frecuentemente”. Se debe destacar en este caso que en una Agencia de Aduana la frecuencia con que le solicitan este trámite es demasiado baja.

Tabla N° 51

I.6 Frecuencia del Monitoreo del embarque de la carga de exportación

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	1	6,3	6,3	6,3
	Regularmente	3	18,8	18,8	25,0
	Frecuentemente	2	12,5	12,5	37,5
	Muy frecuentemente	10	62,5	62,5	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 73% de las Agencias de Aduana encuestadas manifiestan que los procedimientos relacionados al monitoreo del embarque de la carga de exportación son solicitados con una frecuencia alta por sus clientes, incluso 3 de cada 5 manifiestan que ello ocurre “muy frecuentemente”. Se debe destacar en este caso que en una Agencia de Aduana la frecuencia con que le solicitan este trámite es demasiado baja.

4.1.1.2.3. Rentabilidad de los Trámites Aduaneros

Tabla N° 52

I.1 Rentabilidad del Requerimiento de servicio en comercio exterior, generación de solicitudes y recepción

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medianamente rentable	1	6,3	6,3	6,3
	Rentable	11	68,8	68,8	75,0
	Muy rentable	4	25,0	25,0	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 94% de las Agencias de Aduana encuestadas reconocen que los procedimientos relacionados a la generación de solicitudes y recepción del requerimiento de servicio en comercio exterior tienen una rentabilidad alta para ellos, incluso 1 de cada 4 manifiestan que es “Muy rentable”.

Tabla N° 53*1.2 Rentabilidad de la Documentación aduanera: elaboración y preparación*

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco rentable	1	6,3	6,3	6,3
	Rentable	4	25,0	25,0	31,3
	Muy rentable	11	68,8	68,8	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 94% de las Agencias de Aduana encuestadas reconocen que los procedimientos relacionados a la elaboración y preparación de la documentación aduanera tienen una rentabilidad alta para ellos, incluso casi 7 de cada 10 manifiestan que es “Muy rentable”. Es necesario precisar que en este caso, una Agencia de Aduana reconoce que para ellos, este trámite tiene poca rentabilidad.

Tabla N° 54*1.3 Rentabilidad del Trámite del despacho aduanero*

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Rentable	3	18,8	18,8	18,8
	Muy rentable	13	81,3	81,3	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 100% de las Agencias de Aduana encuestadas reconocen que los procedimientos relacionados al trámite del despacho aduanero tienen una rentabilidad alta para ellos, incluso 4 de cada 5 manifiestan que es “Muy rentable”.

Tabla N° 55*1.4 Rentabilidad de la Inspección de la carga de exportación*

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada rentable	1	6,3	6,3	6,3
	Poco rentable	1	6,3	6,3	12,5
	Medianamente rentable	3	18,8	18,8	31,3
	Rentable	7	43,8	43,8	75,0
	Muy rentable	4	25,0	25,0	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 69% de las Agencias de Aduana encuestadas reconocen que los procedimientos relacionados a la inspección de la carga de exportación tienen una rentabilidad alta para ellos, incluso 1 de cada 4 manifiestan que es “Muy rentable”. Sin embargo, es necesario precisar que en este caso, la octava parte de las Agencias de Aduanas reconocen que para ellos, este trámite tiene poca rentabilidad o simplemente no la tiene.

Tabla N° 56*1.5 Rentabilidad del Despacho de la carga de exportación*

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada rentable	1	6,3	6,3	6,3
	Poco rentable	1	6,3	6,3	12,5
	Medianamente rentable	3	18,8	18,8	31,3
	Rentable	5	31,3	31,3	62,5
	Muy rentable	6	37,5	37,5	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 69% de las Agencias de Aduana encuestadas reconocen que los procedimientos relacionados al despacho de la carga de exportación tienen una rentabilidad alta para ellos, incluso casi 4 de cada 10 manifiestan que es “Muy rentable”. Sin embargo, es necesario precisar que en este caso, la octava parte de las Agencias de Aduanas reconocen que para ellos, este trámite tiene poca rentabilidad o simplemente no la tiene.

Tabla N° 57

I.6 Rentabilidad del Monitoreo del embarque de la carga de exportación

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco rentable	1	6,3	6,3	6,3
	Medianamente rentable	5	31,3	31,3	37,5
	Rentable	5	31,3	31,3	68,8
	Muy rentable	5	31,3	31,3	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 63% de las Agencias de Aduana encuestadas reconocen que los procedimientos relacionados al monitoreo del embarque de la carga de exportación tienen una rentabilidad alta para ellos, incluso 3 de cada 10 manifiestan que es “Muy rentable”. Es necesario precisar que en este caso, una Agencia de Aduana reconoce que para ellos, este trámite tiene poca rentabilidad.

4.1.1.3. Dimensión 2: Servicios Aduaneros

La dimensión Servicios Aduaneros tiene 5 indicadores:

- Asesoramiento en comercio exterior.
- Negociación de precios y condiciones.
- Gestión documentaria.
- Valorización de mercancías.
- Información estadística.

Con el propósito de tener una idea lo más precisa posible de su situación real en las Agencias de Aduana estudiadas, se diseñaron reactivos considerando 3 aspectos de ellos: importancia, frecuencia y rentabilidad de cada uno.

Respecto de la **importancia**, se tiene que tabulando y sumando todas las respuestas de las Agencias de Aduana se tiene la siguiente tabla resumen:

Tabla N° 58
Importancia de los Servicios Aduaneros

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada importante	9	11,25	11,25	11,25
	Poco importante	3	3,75	3,75	15,00
	Medianamente importante	12	15,00	15,00	30,00
	Importante	19	23,75	23,75	53,75
	Muy importante	37	46,25	46,25	100,00
	Total	80	100,00	100,00	

Fuente: Encuesta realizada

Como se aprecia, casi la mitad de las Agencias de Aduanas consideran como “Muy importante” para ellos y sus clientes los servicios

aduaneros que ofertan. En este caso se debe destacar que el 15% de las Agencias de Aduanas manifestaron que los servicios aduaneros que brindan a sus clientes tienen poca importancia o ninguna para ellos.

En líneas generales, 7 de cada 10 Agencias de Aduana consideran que los servicios aduaneros que ofertan tienen una importancia alta, para ellos y sus clientes, lo cual nos hace ver que tienen correctamente definidos los servicios aduaneros en que asesoran y apoyan a sus clientes, aunque cabe resaltar que, comparativamente con los trámites aduaneros, los servicios aduaneros tienen menor importancia. El servicio aduanero más importante es la gestión documentaria del proceso de exportación.

Respecto de la **frecuencia**, se tiene que tabulando y sumando todas las respuestas de las Agencias de Aduana se tiene la siguiente tabla resumen:

Tabla N° 59
Frecuencia de los Servicios Aduaneros

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	7	8,75	8,75	8,75
	Algunas veces	6	7,50	7,50	16,25
	Regularmente	20	25,00	25,00	41,25
	Frecuentemente	19	23,75	23,75	65,00
	Muy frecuentemente	28	35,00	35,00	100,00
	Total	80	100,00	100,00	

Fuente: Encuesta realizada

Como se aprecia, el 35% de las Agencias de Aduana manifiestan que los servicios que ofertan son solicitados “Muy frecuentemente” por sus clientes. Es necesario precisar que el 16% manifestó que algunos de sus

servicios son solicitados sólo “Algunas veces” o “Nunca”. Como se aprecia, hay una correspondencia entre la frecuencia con la que sus clientes requieren los servicios aduaneros y la importancia que las Agencias de Aduana les dan, aunque se puede notar que la frecuencia de requerimiento es ligeramente mayor que la importancia que se les da.

En líneas generales, 6 de cada 10 Agencias de Aduana manifiestan que los servicios que ofertan tienen una frecuencia de requerimiento alta por sus clientes, lo cual nos hace ver que tienen bien definidos los servicios aduaneros que brindan a sus clientes. El más frecuentemente solicitado es el servicio de la gestión documentaria del proceso de exportación.

Respecto de la **rentabilidad**, se tiene que tabulando y sumando todas las respuestas de las Agencias de Aduana se tiene la siguiente tabla resumen:

Tabla N° 60
Rentabilidad de los Servicios Aduaneros

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada rentable	7	8,75	8,75	8,75
	Poco rentable	5	6,25	6,25	15,00
	Medianamente rentable	27	33,75	33,75	48,75
	Rentable	20	25,00	25,00	73,75
	Muy rentable	21	26,25	26,25	100,00
	Total	80	100,00	100,00	

Fuente: Encuesta realizada

Como se aprecia, el 26%, la cuarta parte, de las Agencias de Aduana reconocen que los servicios aduaneros que son requeridos por sus clientes califican como “Muy rentable” para ellos mismos. Se debe destacar que el 15% manifestó que algunos de sus servicios son considerados como

“Nada rentable” o “Poco rentable” para ellos. Como se aprecia, hay una correspondencia entre la frecuencia con la que sus clientes requieren los servicios aduaneros y la importancia que las Agencias de Aduana les dan y la rentabilidad que obtienen.

En líneas generales, 5 de cada 10 Agencias de Aduana manifiestan que los servicios aduaneros que ofertan tienen una rentabilidad alta para ellos, lo cual nos hace ver que tienen bien definidos los servicios aduaneros que ofrecen a sus clientes. El más rentable es el servicio de la gestión documentaria del proceso de exportación.

4.1.1.3.1. Importancia de los Servicios

Tabla N° 61

I.1 Importancia del Asesoramiento en comercio exterior: temas normativos, técnicos y operacionales

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada importante	1	6,3	6,3	6,3
	Medianamente importante	2	12,5	12,5	18,8
	Importante	5	31,3	31,3	50,0
	Muy importante	8	50,0	50,0	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 81% de las Agencias de Aduana encuestadas consideran que los procedimientos relacionados al servicio de asesoramiento en comercio exterior, en los temas normativos, técnicos y operaciones, tienen una importancia alta, incluso la mitad considera que es “muy importante”. Es necesario precisar que para una Agencia de

Aduana, este servicio es “Nada importante” debido a que ninguno de sus clientes se lo requirió alguna vez.

Tabla N° 62

I.2 Importancia de la Negociación de precios y condiciones: de las mercancías a exportarse

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada importante	2	12,5	12,5	12,5
	Poco importante	1	6,3	6,3	18,8
	Medianamente importante	2	12,5	12,5	31,3
	Importante	5	31,3	31,3	62,5
	Muy importante	6	37,5	37,5	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 69% de las Agencias de Aduana encuestadas consideran que los procedimientos relacionados al servicio de apoyo en la negociación de precios y condiciones de las mercancías a exportarse tienen una importancia alta, aunque sólo la tercera parte considera que es “muy importante”. En este caso se debe notar que para el 19% de las Agencias de Aduanas este servicio tiene una importancia baja o ninguna.

Tabla N° 63

I.3 Importancia de la Gestión documentaria: del proceso de exportación

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medianamente importante	1	6,3	6,3	6,3
	Importante	3	18,8	18,8	25,0
	Muy importante	12	75,0	75,0	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 94% de las Agencias de Aduana encuestadas consideran que los procedimientos relacionados al servicio de apoyo en la

gestión documentaria del proceso de exportación tienen una importancia alta, incluso 3 de cada 4 Agencias de Aduana la consideran como “muy importante”.

Tabla N° 64

1.4 Importancia de la Valorización: de las mercancías a exportarse

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada importante	2	12,5	12,5	12,5
	Poco importante	1	6,3	6,3	18,8
	Medianamente importante	2	12,5	12,5	31,3
	Importante	4	25,0	25,0	56,3
	Muy importante	7	43,8	43,8	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 25% de las Agencias de Aduana encuestadas consideran que los procedimientos relacionados al servicio de valorización de las mercancías a exportarse tienen una importancia alta. En este caso se debe notar que para el 19% de las Agencias de Aduanas este servicio tiene una importancia baja o ninguna.

Tabla N° 65

1.5 Importancia de la Información estadística actualizada: temas aduaneros, jurídicos y de comercio exterior

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada importante	4	25,0	25,0	25,0
	Poco importante	1	6,3	6,3	31,3
	Medianamente importante	5	31,3	31,3	62,5
	Importante	2	12,5	12,5	75,0
	Muy importante	4	25,0	25,0	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: Solamente el 37% de las Agencias de Aduana encuestadas consideran que los procedimientos relacionados al servicio de brindar información estadística actualizada a sus clientes, en temas aduaneros, jurídicos y de comercio exterior tienen una importancia alta. Sólo una de cada 4 Agencias de Aduanas considera que es “muy importante”. En este caso se debe resaltar que para el 25% de las Agencias de Aduanas este servicio no tiene ninguna importancia.

4.1.1.3.2. Frecuencia de los Servicios

Tabla N° 66

1.1 Frecuencia del Asesoramiento en comercio exterior: temas normativos, técnicos y operacionales

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regularmente	3	18,8	18,8	18,8
	Frecuentemente	8	50,0	50,0	68,8
	Muy frecuentemente	5	31,3	31,3	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 81% de las Agencias de Aduana encuestadas manifiestan que los procedimientos relacionados al asesoramiento en comercio exterior, en temas normativos, técnicos y operacionales, son solicitados con una frecuencia alta por sus clientes, incluso 3 de cada 10 manifiestan que ello ocurre “muy frecuentemente”.

Tabla N° 67

I.2 Frecuencia de la Negociación de precios y condiciones: de las mercancías a exportarse

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	12,5	12,5	12,5
	Algunas veces	2	12,5	12,5	25,0
	Regularmente	3	18,8	18,8	43,8
	Frecuentemente	6	37,5	37,5	81,3
	Muy frecuentemente	3	18,8	18,8	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 56% de las Agencias de Aduana encuestadas manifiestan que los procedimientos relacionados a la negociación de precios y condiciones de las mercancías a exportarse son solicitados con una frecuencia alta por sus clientes, incluso casi 2 de cada 10 manifiestan que ello ocurre “muy frecuentemente”. Se debe destacar que en este caso, la cuarta parte de las Agencias de Aduanas consideran que la frecuencia con que le solicitan este servicio es demasiado baja o inexistente.

Tabla N° 68

I.3 Frecuencia de la Gestión documentaria: del proceso de exportación

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regularmente	1	6,3	6,3	6,3
	Frecuentemente	1	6,3	6,3	12,5
	Muy frecuentemente	14	87,5	87,5	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 94% de las Agencias de Aduana encuestadas manifiestan que los procedimientos relacionados al servicio de gestión documentaria del proceso de exportación son solicitados con una frecuencia alta por sus clientes, incluso casi 9 de cada 10 manifiestan que ello ocurre “muy frecuentemente”.

Tabla N° 69

I.4 Frecuencia de la Valorización: de las mercancías a exportarse

Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Nunca	3	18,8	18,8	18,8
Algunas veces	1	6,3	6,3	25,0
Regularmente	5	31,3	31,3	56,3
Frecuentemente	2	12,5	12,5	68,8
Muy frecuentemente	5	31,3	31,3	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 44% de las Agencias de Aduana encuestadas manifiestan que los procedimientos relacionados al servicio de valorización de las mercancías a exportarse son solicitados con una frecuencia alta por sus clientes, incluso 3 de cada 10 manifiestan que ello ocurre “muy frecuentemente”. Se debe destacar que en este caso, la cuarta parte de las Agencias de Aduanas consideran que la frecuencia con que le solicitan este servicio es demasiado baja o inexistente.

Tabla N° 70

I.5 Frecuencia de la Información estadística actualizada: temas aduaneros, jurídicos y de comercio exterior

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	12,5	12,5	12,5
	Algunas veces	3	18,8	18,8	31,3
	Regularmente	8	50,0	50,0	81,3
	Frecuentemente	2	12,5	12,5	93,8
	Muy frecuentemente	1	6,3	6,3	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 19% de las Agencias de Aduana encuestadas manifiestan que los procedimientos relacionados al servicio de brindar información estadística actualizada en temas aduaneros, jurídicos y de comercio exterior son solicitados con una frecuencia alta por sus clientes, menos de 1 de cada 10 manifiestan que ello ocurre “muy frecuentemente”. Se debe destacar que, en este caso, 3 de cada 10 Agencias de Aduanas consideran que la frecuencia con que le solicitan este servicio es demasiado baja o inexistente.

4.1.1.3.3. Rentabilidad de los Servicios

Tabla N° 71

I.1 Rentabilidad del Asesoramiento en comercio exterior: temas normativos, técnicos y operacionales.

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada rentable	3	18,8	18,8	18,8
	Medianamente rentable	7	43,8	43,8	62,5
	Rentable	3	18,8	18,8	81,3
	Muy rentable	3	18,8	18,8	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 38% de las Agencias de Aduana encuestadas reconocen que los procedimientos relacionados al asesoramiento en comercio exterior, en lo referente a temas normativos, técnicos y operaciones, tienen una rentabilidad alta para ellos, incluso 1 de cada 5 manifiestan que es “Muy rentable”. Sin embargo, es necesario precisar que también 1 de cada 5 Agencias de Aduanas reconocen que para ellos, este servicio tiene poca rentabilidad.

Tabla N° 72

I.2 Rentabilidad de la Negociación de precios y condiciones: de las mercancías a exportarse

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada rentable	1	6,3	6,3	6,3
	Poco rentable	2	12,5	12,5	18,8
	Medianamente rentable	6	37,5	37,5	56,3
	Rentable	6	37,5	37,5	93,8
	Muy rentable	1	6,3	6,3	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 44% de las Agencias de Aduana encuestadas reconocen que los procedimientos relacionados a la negociación de precios y condiciones de las mercancías a exportarse tienen una rentabilidad alta para ellos, aunque sólo una Agencia de Aduana manifestó que es “Muy rentable”. Es necesario precisar que en este caso, la quinta parte de las Agencias de Aduanas reconocen que para ellos, este servicio tiene poca rentabilidad o simplemente no la tiene.

Tabla N° 73*I.3 Rentabilidad de la Gestión documentaria: del proceso de exportación*

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medianamente rentable	1	6,3	6,3	6,3
	Rentable	4	25,0	25,0	31,3
	Muy rentable	11	68,8	68,8	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 94% de las Agencias de Aduana encuestadas reconocen que los procedimientos relacionados a la gestión documentaria del proceso de exportación tienen una rentabilidad alta para ellos, incluso 7 de cada 10 manifiestan que es “Muy rentable”.

Tabla N° 74*I.4 Rentabilidad de la Valorización: de las mercancías a exportarse*

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada rentable	1	6,3	6,3	6,3
	Poco rentable	1	6,3	6,3	12,5
	Medianamente rentable	7	43,8	43,8	56,3
	Rentable	3	18,8	18,8	75,0
	Muy rentable	4	25,0	25,0	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 44% de las Agencias de Aduana encuestadas reconocen que los procedimientos relacionados a la valorización de las mercancías a exportarse tienen una rentabilidad alta para ellos, incluso 1 de cada 4 manifiestan que es “Muy rentable”. Sin embargo, es necesario precisar que en este caso, la octava parte de las Agencias de Aduanas

reconocen que para ellos, este servicio tiene poca rentabilidad o simplemente no la tiene.

Tabla N° 75

1.5 Rentabilidad de la Información estadística actualizada: temas aduaneros, jurídicos y de comercio exterior

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada rentable	2	12,5	12,5	12,5
	Poco rentable	2	12,5	12,5	25,0
	Medianamente rentable	6	37,5	37,5	62,5
	Rentable	4	25,0	25,0	87,5
	Muy rentable	2	12,5	12,5	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 38% de las Agencias de Aduana encuestadas reconocen que los procedimientos relacionados al servicio de brindar información estadística actualizada en temas aduaneros, jurídicos y de comercio exterior, tienen una rentabilidad alta para ellos, aunque sólo el 13% manifiestan que es “Muy rentable”. Es necesario precisar que en este caso, la 1 de cada 4 Agencias de Aduanas reconocen que para ellos, este servicio tiene poca rentabilidad o simplemente no la tiene.

4.1.2. Variable Dependiente: Calidad percibida por las empresas exportadoras

4.1.2.1. Características de la Población

Tiempo de Operación

Respecto del tiempo de operación de las empresas encuestadas se puede observar en la siguiente tabla que la mayoría de ellas vienen operando por menos de 10 años. Las empresas que tienen entre 11 y 40 años representan la tercera parte de ellas. El 11% tienen entre 41 y 50 años.

Tabla N° 76

Tiempo de operación de las empresas agroindustriales exportadoras

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	< de 10 años	10	55,6	55,6	55,6
	Entre 11 y 20 años	3	16,7	16,7	72,2
	Entre 21 y 30 años	2	11,1	11,1	83,3
	Entre 31 y 40 años	1	5,6	5,6	88,9
	Entre 41 y 50 años	2	11,1	11,1	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Analizando en detalle, para el caso de las empresas con menos de 10 años de operación, se calcula que el promedio es igual a 6.1 años. Esto se explica por el hecho de que la pregunta trata sobre el tiempo de operación, no sobre el tiempo que vienen exportando. Una empresa nueva necesita recuperar la inversión inicial, desarrollar experiencia en el proceso

productivo y consolidarse en el mercado. Ello incrementa sus posibilidades de éxito en su proceso de internacionalización.

Personal Permanente

Como se aprecia en la siguiente tabla, 3 de cada 4 empresas agroindustriales exportadoras tienen 10 o menos trabajadores permanentes. Con base en este criterio, pueden ser consideradas como MYPEs exportadoras. Se debe destacar que existen empresas con hasta 50 trabajadores permanentes, las que pueden ser consideradas como de tamaño mediano. Cabe destacar que una empresa encuestada dejó sin responder esta pregunta, por lo que el SPSS la consideró como dato perdido.

Tabla N° 77

Personal permanente en las empresas agroindustriales exportadoras

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	< de 10 trabajadores	13	72,2	76,5	76,5
	Entre 11 y 20 trabajadores	2	11,1	11,8	88,2
	Entre 41 y 50 trabajadores	2	11,1	11,8	100,0
	Total	17	94,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1	5,6		
Total		18	100,0		

Fuente: Encuesta realizada

El que la gran mayoría de las empresas agroindustriales exportadoras sean pequeñas no es malo en realidad, considerando el tamaño de la economía tacneña que es pequeña en relación al total nacional. Además debe tenerse presente que todas las empresas tienen como práctica el contratar personal temporal, en función de las metas de producción que establezcan de acuerdo a la demanda por sus productos.

Personal Temporal:

Respecto del personal temporal contratado por las empresas se tiene que el 88% de ellos suele contratar a 10 o menos trabajadores. Las restantes empresas contratan hasta 25 trabajadores como máximo. En la encuesta realizada, 2 empresas dejaron en blanco la respuesta por lo que el SPSS lo consideró como datos perdidos. La siguiente tabla detalla lo descrito:

Tabla N° 78
Personal temporal en las empresas agroindustriales exportadoras

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	<= a 5 trabajadores	8	44,4	50,0	50,0
	Entre 6 y 10 trabajadores	6	33,3	37,5	87,5
	Entre 11 y 15 trabajadores	1	5,6	6,3	93,8
	Entre 21 y 25 trabajadores	1	5,6	6,3	100,0
	Total	16	88,9	100,0	
Perdidos	Sistema	2	11,1		
Total		18	100,0		

Fuente: Encuesta realizada

Como se ve, prácticamente todas las empresas agroindustriales exportadoras tienen la política de contratar personal temporal, esto se entiende pues permite optimizar sus recursos. En función de la demanda o pedidos recibidos, se contratan más trabajadores a fin de cumplir las metas de producción, aunque en la mitad de las empresas este número no suele exceder de 5 trabajadores.

Volumen Exportado

Del total de empresas agroindustriales exportadoras encuestadas, una de ellas respondió que no sabe lo que ocurrirá con el volumen de exportación. Entre las restantes empresas encuestadas, no se marcaron las opciones “Disminuirá mucho” ni “Se incrementará mucho”. El 24% de las empresas que respondieron que disminuirá un poco. La tercera parte manifiesta que todo seguirá igual. 4 de cada 10 empresas declara que se incrementará un poco.

Tabla N° 79

Expectativa por el Volumen exportado por las empresas agroindustriales exportadoras

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Disminuirá un poco	4	22,2	23,5	23,5
	Seguirá igual	6	33,3	35,3	58,8
	Se incrementará un poco	7	38,9	41,2	100,0
	Total	17	94,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1	5,6		
Total		18	100,0		

Fuente: Encuesta realizada

Analizando los resultados se puede afirmar que las empresas agroindustriales exportadoras no piensan que se presentarán cambios fuertes en el futuro cercano, sean positivos o negativos. En líneas generales, son optimistas en su mayoría pues tienen la expectativa de que las exportaciones subirán, aunque ligeramente.

Precio de los Productos Exportados

En este caso, ninguna empresa agroindustrial exportadora marcó la opción “No se sabe”. Cabe precisar también que de las opciones disponibles, ninguna marcó “Disminuirá mucho” o “Se incrementará mucho”. Respecto de las alternativas marcadas, sólo el 6% de las empresas creen que el precio de exportación subirá. El 22% cree que disminuirá un poco. Sin embargo, 7 de cada 10 empresas creen que el precio de exportación seguirá igual.

Tabla N° 80

Expectativa por el Precio de exportación por las empresas agroindustriales exportadoras

Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Disminuirá un poco	4	22,2	22,2	22,2
Seguirá igual	13	72,2	72,2	94,4
Se incrementará un poco	1	5,6	5,6	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

De los resultados obtenidos se puede afirmar que, según el conocimiento que tienen de sus mercados, las empresas agroindustriales exportadoras tienen la expectativa de que el precio seguirá igual. Están seguros de que no habrán cambios drásticos o fuertes en el mismo en el futuro cercano.

Apoyo del Estado

Respecto del apoyo que las empresas agroindustriales exportadoras reciben del Estado peruano, sea del Gobierno Regional de Tacna, la

Municipalidad Provincial de Tacna, las Municipalidades Distritales o las Direcciones Regionales, se les planteó 7 tipos y uno adicional en la forma de “Otros” para algún tipo no contemplado entre las opciones de la encuesta. La siguiente tabla presenta los resultados:

Tabla N° 81

Apoyo del Estado a las empresas agroindustriales exportadoras

Encues- ta	Capaci- tación	Asesoría	Información	Financia- miento	Eventos locales	Eventos nacionales	Eventos internacionales	Otro
1	Sí	Sí	Sí	No	No	No	No	No
2	No	No	No	No	Sí	Sí	Sí	No
3	No	No	No	No	No	No	No	No
4	No	No	No	No	No	No	No	No
5	No	No	No	No	No	No	No	Sí
6	No	No	No	No	No	No	No	No
7	Sí	Sí	Sí	No	No	No	No	Sí
8	No	No	No	No	No	No	No	No
9	Sí	No	No	No	No	No	No	No
10	No	No	No	No	No	No	No	No
11	No	Sí	No	No	No	No	No	No
12	No	No	No	No	No	No	No	No
13	No	No	No	No	No	No	No	No
14	No	No	No	No	No	No	No	Sí
15	Sí	No	No	No	Sí	No	No	No
16	No	No	No	No	No	No	No	No
17	No	No	No	No	No	No	No	No
18	No	No	No	No	No	No	No	No
Sí	4	3	2	0	2	1	1	3
No	14	15	16	18	16	17	17	15
Total N	18	18	18	18	18	18	18	18

Fuente: Encuesta realizada

En líneas generales, se puede ver que el apoyo del Estado que manifiestan recibir es poco significativo, siendo los más comunes la capacitación y la asesoría empresarial. Cabe precisar que en el caso de la alternativa “Otros”, las empresas especificaron: Proyectos de innovación y Asociación Pro Olivo.

Importaciones realizadas

A modo de complemento, se hizo esta pregunta sobre el tipo de importaciones que las empresas agroindustriales exportadoras han realizado en el pasado. Se plantearon 5 tipos y una adicional como “Otros” para casos no previstos, aunque ninguna empresa la marcó, consecuentemente no hicieron ninguna especificación. Al respecto, se tienen los resultados en la siguiente tabla:

Tabla N° 82
Importaciones realizadas por las empresas agroindustriales exportadoras

Encuesta	Materias primas	Insumos	Componentes	Maquinarias	Equipos	Otro
1	No	No	Sí	Sí	No	No
2	Sí	No	No	No	No	No
3	No	No	No	Sí	No	No
4	No	Sí	No	No	No	No
5	No	No	Sí	Sí	No	No
6	No	No	No	No	No	No
7	Sí	No	Sí	Sí	No	No
8	No	No	No	No	No	No
9	No	No	Sí	No	No	No
10	No	No	No	Sí	Sí	No
11	No	No	No	No	No	No
12	No	No	No	No	Sí	No
13	No	Sí	No	Sí	Sí	No
14	No	Sí	No	Sí	No	No
15	Sí	No	No	Sí	No	No
16	No	Sí	No	Sí	Sí	No
17	No	No	No	No	Sí	No
18	No	No	No	Sí	Sí	No
Sí	3	4	4	10	6	0
No	15	14	14	8	12	18
Total	N	18	18	18	18	18

Fuente: Encuesta realizada

Como se aprecia, sólo la sexta parte de las empresas agroindustriales exportadoras no ha realizado ningún tipo de importación en el pasado. Sobre el tipo de importación hecho, la mayoría ha importado maquinarias para su proceso productivo. En segundo lugar de importancia están los equipos necesarios para que el proceso productivo y las operaciones de las empresas pueda ser efectuado de mejor manera, elevando la productividad.

4.1.2.2. Dimensión 1: Tangibilidad

Esta Dimensión tiene 4 indicadores:

- Equipamiento y tecnología.
- Instalaciones físicas.
- Apariencia de los empleados.
- Elementos materiales y documentación.

Tabulando y sumando todas las respuestas de las empresas agroindustriales exportadoras se tiene la siguiente tabla resumen:

Tabla N° 83

Resultados de la Dimensión: Tangibilidad

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	8	11,11	11,11	11,11
	Malo	17	23,61	23,61	34,72
	Regular	29	40,28	40,28	75,00
	Bueno	18	25,00	25,00	100,00
	Total	72	100,00	100,00	

Fuente: Encuesta realizada

Como se aprecia, ninguna empresa agroindustrial calificó como “Muy bueno” a los elementos tangibles con que cuentan las Agencias de Aduana para brindar sus trámites y servicios aduaneros. Sólo la cuarta parte consideran que se puede calificar como “Bueno”, aunque se debe precisar que la tercera parte califica a los elementos tangibles como de nivel bajo. 4 de cada 10 consideran que los elementos tangibles son de nivel “Regular”.

En líneas generales, se puede afirmar que en el caso de la primera dimensión: Tangibilidad, las empresas agroindustriales consideran que su calidad es “Regular”, de lo que se desprende que deben ser mejorados. El indicador que tiene mejores resultados es el relacionado a la apariencia de los empleados. El indicador que tiene peores resultados es el relacionado a los elementos materiales y documentación empleados por las Agencias de Aduana.

A continuación, se presenta los resultados para cada uno de los 4 indicadores de esta dimensión de la variable dependiente:

Tabla N° 84
Resultados del Indicador 1: Equipamiento y Tecnología

Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Muy malo	1	5,6	5,6	5,6
Malo	3	16,7	16,7	22,2
Regular	10	55,6	55,6	77,8
Bueno	4	22,2	22,2	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 22% de las empresas agroexportadoras encuestadas manifiestan que las Agencias de Aduana tienen un buen equipamiento de apariencia moderna, sin embargo el mismo porcentaje de ellas declara que la calidad del equipamiento es baja. Poco más de la mitad de las empresas agroexportadoras califican como “Regular” la calidad del equipamiento de las Agencias de Aduana.

Tabla N° 85*Resultados del Indicador 2: Instalaciones físicas*

Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	1	5,6	5,6
	Malo	5	27,8	33,3
	Regular	9	50,0	83,3
	Bueno	3	16,7	100,0
	Total	18	100,0	100,0

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 17% de las empresas agroexportadoras encuestadas califican como “Bueno” a las instalaciones físicas de las Agencias de Aduana, que son visualmente atractivas, sin embargo, la tercera parte de ellas declara que la calidad de las instalaciones físicas es baja. La mitad de las empresas agroexportadoras manifiestan que las instalaciones físicas de las Agencias de Aduana son de calidad “Regular”.

Tabla N° 86*Resultados del Indicador 3: Apariencia de los empleados*

Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	4	22,2	22,2
	Regular	6	33,3	55,6
	Bueno	8	44,4	100,0
	Total	18	100,0	100,0

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 44% de las empresas agroexportadoras encuestadas califican como “Bueno” a la apariencia de los empleados de las Agencias de Aduana, sin embargo el 22% de ellas declara que la

aparición de los empleados es “Malo”. La tercera parte de las empresas agroexportadoras manifiestan que la aparición de los empleados de las Agencias de Aduana es “Regular”.

Tabla N° 87

Resultados del Indicador 4: Elementos materiales y documentación

Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	6	33,3	33,3
	Malo	5	27,8	61,1
	Regular	4	22,2	83,3
	Bueno	3	16,7	100,0
	Total	18	100,0	100,0

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 17% de las empresas agroexportadoras encuestadas califican como “Bueno” a los materiales relacionados al servicio que utilizan las Agencias de Aduana, sin embargo 6 de cada 10 de ellas declara que la calidad de los materiales es baja. El 22% de las empresas agroexportadoras manifiestan que los materiales relacionados al servicio de las Agencias de Aduana son de calidad “Regular”.

4.1.2.3. Dimensión 2: Fiabilidad

Esta Dimensión tiene 5 indicadores:

- Cumplimiento de promesas.
- Interés por solucionar problemas.
- Regularidad del servicio.
- Cumplimiento de plazos.
- Registros sin errores.

Tabulando y sumando todas las respuestas de las empresas agroindustriales exportadoras se tiene la siguiente tabla resumen:

Tabla N° 88

Resultados de la Dimensión: Fiabilidad

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	9	10,00	10,00	10,00
	Malo	23	25,56	25,56	35,56
	Regular	27	30,00	30,00	65,56
	Bueno	28	31,11	31,11	96,67
	Muy Bueno	3	3,33	3,33	100,00
	Total	90	100,00	100,00	

Fuente: Encuesta realizada

Como se aprecia, sólo el 3% de las empresas agroindustriales calificó como “Muy bueno” a la fiabilidad de los servicios que brindan las Agencias de Aduana. Es necesario precisar que 3 de cada 10 consideran que se puede calificar como “Bueno”, otro porcentaje similar la consideran como “Regular”. El 36% de las empresas agroindustriales exportadoras consideran que la fiabilidad en los servicios de las Agencias de Aduana es baja.

En líneas generales, se puede afirmar que en el caso de la segunda dimensión: Fiabilidad, las empresas agroindustriales consideran que su calidad es “Regular”, de lo que se desprende que deben ser mejorados. El indicador que tiene mejores resultados es el relacionado a la regularidad del servicio. El indicador que tiene peores resultados es el relacionado al mantenimiento de los registros libres de errores por las Agencias de Aduana.

A continuación, se presenta los resultados para cada uno de los 5 indicadores de esta dimensión.

Tabla N° 89

Resultados del Indicador 5: Cumplimiento de promesas

Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Muy malo	3	16,7	16,7	16,7
Malo	2	11,1	11,1	27,8
Regular	10	55,6	55,6	83,3
Bueno	3	16,7	16,7	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 17% de las empresas agroexportadoras califican como “Bueno” al grado de cumplimiento de las Agencias de Aduana cuando les prometen hacer algo en un determinado tiempo, sin embargo, el 28% de ellas declara que el grado de cumplimiento es bajo. La mitad de las empresas agroexportadoras manifiestan que el grado de cumplimiento de las Agencias de Aduana es “Regular”.

Tabla N° 90*Resultados del Indicador 6: Interés por solucionar problemas*

Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Muy malo	2	11,1	11,1	11,1
Malo	4	22,2	22,2	33,3
Regular	5	27,8	27,8	61,1
Bueno	6	33,3	33,3	94,4
Muy bueno	1	5,6	5,6	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 39% de las empresas agroexportadoras califican como alto al interés de las Agencias de Aduana por solucionar los problemas que se presenten, sin embargo, la tercera parte de ellas declara que el grado de interés en la solución de los problemas es baja. El 28% de las empresas agroexportadoras manifiestan que el grado de interés por solucionar los problemas de las Agencias de Aduana es “Regular”.

Tabla N° 91*Resultados del Indicador 7: Regularidad del servicio*

Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Malo	3	16,7	16,7	16,7
Regular	5	27,8	27,8	44,4
Bueno	9	50,0	50,0	94,4
Muy bueno	1	5,6	5,6	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 56% de las empresas agroexportadoras califican como alto al grado en que las Agencias de Aduana realizan bien el servicio la primera vez, sin embargo, el 17% de ellas declaran como “Malo” al

grado en que se realiza bien el servicio la primera vez. La mitad de las empresas agroexportadoras manifiestan que el grado en que las Agencias de Aduana realizan el servicio la primera vez es “Regular”.

Tabla N° 92

Resultados del Indicador 8: Cumplimiento de plazos

Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Muy malo	1	5,6	5,6	5,6
Malo	7	38,9	38,9	44,4
Regular	5	27,8	27,8	72,2
Bueno	5	27,8	27,8	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 28% de las empresas agroexportadoras califican como “Bueno” al grado de cumplimiento de las Agencias de Aduana en lo relacionado a la duración del servicio, sin embargo, el 44% de ellas declara que el grado de cumplimiento es bajo. Otro 28% manifiestan que el grado de cumplimiento en lo relacionado a la duración de los servicios en el tiempo prometido es “Regular”.

Tabla N° 93

Resultados del Indicador 9: Registros sin errores

Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Muy malo	3	16,7	16,7	16,7
Malo	7	38,9	38,9	55,6
Regular	2	11,1	11,1	66,7
Bueno	5	27,8	27,8	94,4
Muy bueno	1	5,6	5,6	100,0

Total	18	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 33% de las empresas agroexportadoras califican como alto a la capacidad de las Agencias de Aduana por mantener los registros libres de errores, sin embargo el 56% de ellas declara que la capacidad de mantener los registros libres de errores es baja. El 11% de las empresas agroexportadoras manifiestan que la capacidad de mantener los registros libres de errores en las Agencias de Aduana es “Regular”.

4.1.2.4. Dimensión 3: Capacidad de Respuesta

Esta Dimensión tiene 4 indicadores:

- Información de las condiciones de servicio.
- Rapidez en el servicio.
- Disposición a ayudar.
- Rapidez en la respuesta a preguntas.

Tabulando y sumando todas las respuestas de las empresas agroindustriales exportadoras se tiene la siguiente tabla resumen:

Tabla N° 94

Resultados de la Dimensión: Capacidad de respuesta

Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Muy malo	16	22,22	22,22	22,22
Malo	11	15,28	15,28	37,50
Regular	29	40,28	40,28	77,78
Bueno	16	22,22	22,22	100,00
Total	72	100,00	100,00	

Fuente: Encuesta realizada

Como se aprecia, ninguna empresa agroindustrial calificó como “Muy bueno” a la capacidad de respuesta a los requerimientos y necesidades por parte de las Agencias de Aduana. Sólo la quinta parte consideran que se puede calificar como “Bueno”, aunque se debe precisar que el 38% califica a la capacidad de respuesta de las Agencias de Aduana como de nivel bajo. El 40% de las empresas agroindustriales exportadoras consideran que la capacidad de respuesta de las Agencias de Aduana es de nivel “Regular”.

En líneas generales, se puede afirmar que en el caso de la tercera dimensión: Capacidad de Respuesta, las empresas agroindustriales consideran que su calidad es “Regular”, de lo que se desprende que deben ser mejorados. El indicador que tiene mejores resultados es el relacionado a la disposición a ayudar de las Agencias de Aduana. El indicador que tiene peores resultados es el relacionado a la rapidez del servicio brindado por las Agencias de Aduana.

A continuación, se presenta los resultados para cada uno de los 4 indicadores de esta dimensión.

Tabla N° 95
Resultados del Indicador 10: Información de las condiciones de servicio

Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Muy malo	5	27,8	27,8	27,8
Malo	2	11,1	11,1	38,9
Regular	7	38,9	38,9	77,8
Bueno	4	22,2	22,2	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 22% de las empresas agroexportadoras califican como “Bueno” a la precisión en la estimación de la conclusión de cada servicio por los empleados de las Agencias de Aduana, sin embargo el 39% de ellas declara que la precisión en la estimación es baja. Otro 39% de las empresas agroexportadoras manifiestan que la precisión en la estimación de la conclusión de cada servicio es “Regular”.

Tabla N° 96
Resultados del Indicador 11: Rapidez en el servicio

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	5	27,8	27,8	27,8
	Malo	3	16,7	16,7	44,4
	Regular	8	44,4	44,4	88,9
	Bueno	2	11,1	11,1	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 11% de las empresas agroexportadoras califican como “Bueno” a la capacidad para servir con rapidez de parte de los empleados de las Agencias de Aduana, sin embargo el 44% de ellas declara que rapidez en el servicio es baja. Otro 44% de las empresas agroexportadoras manifiestan que la rapidez en el servicio por parte de los a ayudar es baja. El 28% de las empresas agroexportadoras manifiestan empleados de las Agencias de Aduana es “Regular”.

Tabla N° 97
Resultados del Indicador 12: Disposición a ayudar

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	3	16,7	16,7	16,7
	Malo	3	16,7	16,7	33,3
	Regular	5	27,8	27,8	61,1
	Bueno	7	38,9	38,9	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 39% de las empresas agroexportadoras califican como “Bueno” a la disposición a ayudar de parte de los empleados de las Agencias de Aduana, sin embargo la tercera parte de ellas declara que la

disposición que la disposición a ayudar por parte de los empleados de las Agencias de Aduana es “Regular”.

Tabla N° 98

Resultados del Indicador 13: Rapidez en la respuesta a preguntas

Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Muy malo	3	16,7	16,7	16,7
Malo	3	16,7	16,7	33,3
Regular	9	50,0	50,0	83,3
Bueno	3	16,7	16,7	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 17% de las empresas agroexportadoras califican como “Bueno” a la disposición a responder preguntas de parte de los empleados de las Agencias de Aduana, sin embargo la tercera parte de ellas declara que la disposición a responder es baja. La mitad de las empresas agroexportadoras manifiestan que la disposición a responder preguntas por parte de los empleados de las Agencias de Aduana es “Regular”.

4.1.2.5. Dimensión 4: Seguridad

Esta Dimensión tiene 4 indicadores:

- Confiabilidad de los empleados.
- Seguridad en las transacciones.
- Trato amable.
- Apoyo de la Agencia a sus empleados.

Tabulando y sumando todas las respuestas de las empresas agroindustriales exportadoras se tiene la siguiente tabla resumen:

Tabla N° 99
Resultados de la Dimensión: Seguridad

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	7	9,72	9,72	9,72
	Malo	11	15,28	15,28	25,00
	Regular	19	26,39	26,39	51,39
	Bueno	31	43,06	43,06	94,44
	Muy bueno	4	5,56	5,56	100,00
	Total	72	100,00	100,00	

Fuente: Encuesta realizada

Como se aprecia, sólo el 6% de las empresas agroindustriales calificaron como “Muy bueno” a la seguridad y confianza que les inspiran las Agencias de Aduana en los servicios que les contratan. La mitad de ellas la consideran como de calidad alta mientras que la cuarta parte la consideran como de calidad baja. El 26% de las empresas agroindustriales exportadoras consideran que la seguridad y confianza que sienten por las Agencias de Aduana es de nivel “Regular”.

En líneas generales, se puede afirmar que en el caso de la cuarta dimensión: Seguridad, las empresas agroindustriales consideran que su

calidad es “Bueno”, un resultado superior al de las 3 anteriores dimensiones de la calidad del servicio. El indicador que tiene mejores resultados es el relacionado a la seguridad en las transacciones de las Agencias de Aduana. El indicador que tiene peores resultados es el relacionado al apoyo de las agencias de Aduana a sus empleados.

A continuación, se presenta los resultados para cada uno de los 4 indicadores de esta dimensión.

Tabla N° 100

Resultados del Indicador 14: Confiabilidad de los empleados

Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Muy malo	2	11,1	11,1	11,1
Malo	3	16,7	16,7	27,8
Regular	4	22,2	22,2	50,0
Bueno	8	44,4	44,4	94,4
Muy bueno	1	5,6	5,6	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 50% de las empresas agroexportadoras califican como alto al comportamiento confiable de los empleados de las Agencias de Aduana, sin embargo el 28% de ellas declara que la confianza que les transmiten los empleados es baja. El 22% de las empresas agroexportadoras manifiestan que, el comportamiento de los empleados de las Agencias de Aduana les transmiten confianza en grado “Regular”.

Tabla N° 101*Resultados del Indicador 15: Seguridad en las transacciones*

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	2	11,1	11,1	11,1
	Malo	3	16,7	16,7	27,8
	Regular	2	11,1	11,1	38,9
	Bueno	10	55,6	55,6	94,4
	Muy bueno	1	5,6	5,6	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 61% de las empresas agroexportadoras califican como alto al grado de seguridad en las transacciones y su relación con las Agencias de Aduana, sin embargo el 28% de ellas declara que la seguridad en las transacciones y su relación es baja. El 11% de las empresas agroexportadoras manifiestan que el grado de seguridad en las transacciones y en su relación con las Agencias de Aduana les transmiten confianza es “Regular”.

Tabla N° 102*Resultados del Indicador 16: Trato amable*

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	1	5,6	5,6	5,6
	Malo	3	16,7	16,7	22,2
	Regular	5	27,8	27,8	50,0
	Bueno	7	38,9	38,9	88,9
	Muy bueno	2	11,1	11,1	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 50% de las empresas agroexportadoras califican como alto al grado de amabilidad de los empleados de las Agencias de Aduana, sin embargo el 22% de ellas declara que el grado de amabilidad es bajo. El 28% de las empresas agroexportadoras manifiestan que el grado de amabilidad de los empleados de las Agencias de Aduana es “Regular”.

Tabla N° 103

Resultados del Indicador 17: Apoyo de la Agencia a sus empleados

Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Muy malo	2	11,1	11,1	11,1
Malo	2	11,1	11,1	22,2
Regular	8	44,4	44,4	66,7
Bueno	6	33,3	33,3	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 33% de las empresas agroexportadoras califican como “Bueno” al nivel de conocimientos de los empleados de las Agencias de Aduana para responder a preguntas, sin embargo el 22% de ellas declara que el nivel de conocimientos es bajo. El 44% de las empresas agroexportadoras manifiestan que el nivel de los conocimientos para contestar preguntas de los empleados de las Agencias de Aduana es “Regular”.

4.1.2.6. Dimensión 5: Empatía

Esta Dimensión tiene 5 indicadores:

- Atención individualizada.
- Atención personalizada.
- Conocimiento de las necesidades de los clientes.
- Enfoque en los intereses de los clientes.
- Horarios de trabajo adecuados.

Tabulando y sumando todas las respuestas de las empresas agroindustriales exportadoras se tiene la siguiente tabla resumen:

Tabla N° 104
Resultados de la Dimensión: Seguridad

Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Muy malo	14	15,56	15,56	15,56
Malo	19	21,11	21,11	36,67
Regular	14	15,56	15,56	52,22
Bueno	39	43,33	43,33	95,56
Muy bueno	4	4,44	4,44	100,00
Total	90	100,00	100,00	

Fuente: Encuesta realizada

Como se aprecia, sólo el 4% de las empresas agroindustriales calificaron como “Muy bueno” a la empatía que tienen las Agencias de Aduana en los servicios que les contratan. Casi la mitad de ellas la consideran como de calidad alta mientras que el 37% la consideran como de calidad baja. El 16% de las empresas agroindustriales exportadoras consideran que la empatía con los clientes de las Agencias de Aduana es de nivel “Regular”.

En líneas generales, se puede afirmar que en el caso de la quinta dimensión: Seguridad, las empresas agroindustriales consideran que su calidad es “Bueno”, aunque ligeramente inferior al resultado en la cuarta dimensión, es superior al de las 3 primeras dimensiones. El indicador que tiene mejores resultados es el relacionado a los horarios de trabajo adecuados de las Agencias de Aduana. El indicador que tiene peores resultados es el relacionado a la atención personalizada por los empleados de las Agencias de Aduana.

A continuación, se presenta los resultados para cada uno de los 5 indicadores de esta dimensión.

Tabla N° 105
Resultados del Indicador 18: Atención individualizada

Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Muy malo	2	11,1	11,1	11,1
Malo	6	33,3	33,3	44,4
Regular	2	11,1	11,1	55,6
Bueno	7	38,9	38,9	94,4
Muy bueno	1	5,6	5,6	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 45% de las empresas agroexportadoras califican como alto al nivel de atención individualizada de las Agencias de Aduana, sin embargo el 44% de ellas declara que el nivel de atención individualizado es bajo. El 11% de las empresas agroexportadoras

manifiestan que el nivel de la atención individualizada que brindan las Agencias de Aduana es “Regular”.

Tabla N° 106

Resultados del Indicador 19: Atención personalizada

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	2	11,1	11,1	11,1
	Malo	6	33,3	33,3	44,4
	Regular	3	16,7	16,7	61,1
	Bueno	6	33,3	33,3	94,4
	Muy bueno	1	5,6	5,6	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 39% de las empresas agroexportadoras califican como alto al nivel de atención personalizada por los empleados de las Agencias de Aduana, sin embargo el 44% de ellas declara que el nivel de atención personalizado es bajo. El 17% de las empresas agroexportadoras manifiestan que el nivel de la atención personalizada dado por los empleados de las Agencias de Aduana es “Regular”.

Tabla N° 107

Resultados del Indicador 20: Conocimiento de las necesidades de los clientes

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	4	22,2	22,2	22,2
	Malo	3	16,7	16,7	38,9
	Regular	3	16,7	16,7	55,6
	Bueno	8	44,4	44,4	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 44% de las empresas agroexportadoras califican como “Bueno” al grado de comprensión de sus necesidades específicas por los empleados de las Agencias de Aduana, sin embargo el 39% de ellas declara que el grado de comprensión de sus necesidades específicas es bajo. El 17% de las empresas agroexportadoras manifiestan que grado de comprensión de sus necesidades específicas por los empleados de las Agencias de Aduana es “Regular”.

Tabla N° 108

Resultados del Indicador 21: Enfoque en los intereses de los clientes

Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Muy malo	4	22,2	22,2	22,2
Malo	3	16,7	16,7	38,9
Regular	2	11,1	11,1	50,0
Bueno	9	50,0	50,0	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 50% de las empresas agroexportadoras califican como “Bueno” al grado de preocupación por sus mejores intereses por parte de las Agencias de Aduana, sin embargo el 39% de ellas declara que el grado de preocupación es bajo. El 11% de las empresas agroexportadoras manifiestan que grado de preocupación por sus mejores intereses por parte de las Agencias de Aduana es “Regular”.

Tabla N° 109*Resultados del Indicador 22: Horarios de trabajo adecuados*

	Elemento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	2	11,1	11,1	11,1
	Malo	1	5,6	5,6	16,7
	Regular	4	22,2	22,2	38,9
	Bueno	9	50,0	50,0	88,9
	Muy bueno	2	11,1	11,1	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Interpretación: El 61% de las empresas agroexportadoras califican como alto a la buena implementación de horarios de trabajo en las Agencias de Aduana y que son convenientes para los clientes, sin embargo el 17% de ellas declara que la conveniencia de los horarios de trabajo es baja. El 22% de las empresas agroexportadoras manifiestan que la conveniencia de los horarios de trabajo de las Agencias de Aduana es “Regular”.

4.2. Contrastación de la Hipótesis

Dado que la muestra es menor a 30 en ambas poblaciones, es que se empleará el estadístico t de Student para realizar la contrastación de hipótesis. Además, la media muestral y la desviación típica se pueden calcular. En lo referente al nivel de significancia, se empleará el valor 0.05 (5%), que es el valor recomendado para los proyectos de investigación. En el caso de los grados de libertad se tiene que:

$$gl = n - 1 = 16 - 1 = 15$$

4.2.1. Hipótesis Específicas

La primera hipótesis específica plantea que “el grado de influencia de los Trámites Aduaneros brindados por las Agencias de Aduana en la Calidad Percibida por las Empresas Exportadoras del Sector Agroindustrial de la Región de Tacna es alto”.

Para el contraste se ha considerado el valor medio de las respuestas a las 18 preguntas realizadas a las Agencias de Aduana y relacionadas a los trámites aduaneros. Como se observa en la siguiente tabla, el valor medio es de 4,376 y la desviación típica es de 0,790. El valor medio recae en la

segunda escala con mayor valor (la escala va entre 1 y 5) y dado que la desviación es menor a 1, se puede concluir que es adecuada.

Tabla N° 110
Indicador para la primera hipótesis específica

Indicador	N	Media	Desv. Típ.
B1. Requerimiento de servicio en comercio exterior, generación de solicitudes y recepción	16	4,37	1,088
B2. Documentación aduanera: elaboración y preparación	16	4,81	,544
B3. Trámite del despacho aduanero	16	4,94	,250
B4. Inspección de la carga de exportación	16	4,56	,814
B5. Despacho de la carga de exportación	16	4,69	,704
B6. Monitoreo del embarque de la carga de exportación	16	4,44	,727
D1. Requerimiento de servicio en comercio exterior, generación de solicitudes y recepción	16	4,19	,750
D2. Documentación aduanera: elaboración y preparación	16	4,50	,894
D3. Trámite del despacho aduanero	16	4,88	,342
D4. Inspección de la carga de exportación	16	3,94	1,124
D5. Despacho de la carga de exportación	16	4,06	,929
D6. Monitoreo del embarque de la carga de exportación	16	4,31	1,014
F1. Requerimiento de servicio en comercio exterior, generación de solicitudes y recepción	16	4,19	,544
F2. Documentación aduanera: elaboración y preparación	16	4,56	,814
F3. Trámite del despacho aduanero	16	4,81	,403
F4. Inspección de la carga de exportación	16	3,75	1,125
F5. Despacho de la carga de exportación	16	3,88	1,204
F6. Monitoreo del embarque de la carga de exportación	16	3,88	,957
TOTAL	16	4,376	0,790

Fuente: Encuesta realizada

Planteando las hipótesis para comprobar si existe un grado de influencia alto (valores 4 y 5 en la escala de respuesta):

$$H_0 \leq 3$$

$$H_1 > 3$$

Calculando el valor de t:

$$t = \frac{\bar{X} - \mu}{S/\sqrt{n}}$$

$$t = \frac{4,376 - 3}{0,790/\sqrt{16}}$$

$$t = \frac{1,376}{0,19759722} = 6,9614$$

El valor de “t” en tabla, al 5% de significancia (gl=15) es de 1,7531. En consecuencia, dado que el valor de t calculado cae en la zona de rechazo de la hipótesis nula, se puede afirmar entonces que la influencia de los trámites aduaneros de las Agencias de Aduana es alta. Se acepta H₁.

La segunda hipótesis específica plantea que “el grado de influencia de los Servicios Aduaneros brindados por las Agencias de Aduana en la Calidad Percibida por las Empresas Exportadoras del Sector Agroindustrial de la Región de Tacna es alto”.

Para el contraste se ha considerado el valor medio de las respuestas a las 15 preguntas realizadas a las Agencias de Aduana y relacionadas a los servicios aduaneros. Como se observa en la siguiente tabla, el valor medio es de 3,708 y la desviación típica es de 1,098. El valor medio se aproxima mucho a la segunda escala con mayor valor: 4 (la escala va entre 1 y 5) y dado que la desviación es ligeramente superior a 1, se puede concluir que es adecuada.

Tabla N° 111
Indicador para la segunda hipótesis específica

Indicador	N	Media	Desv. Típ.
C1. Asesoramiento en comercio exterior: temas normativos, técnicos y operacionales	16	4,19	1,109
C2. Negociación de precios y condiciones: de las mercancías a exportarse	16	3,75	1,390
C3. Gestión documentaria: del proceso de exportación	16	4,69	,602
C4. Valorización: de las mercancías a exportarse	16	3,81	1,424
C5. Información estadística actualizada: temas aduaneros, jurídicos y de comercio exterior	16	3,06	1,526
E1. Asesoramiento en comercio exterior: temas normativos, técnicos y operacionales	16	4,13	,719
E2. Negociación de precios y condiciones: de las mercancías a exportarse	16	3,38	1,310
E3. Gestión documentaria: del proceso de exportación	16	4,81	,544
E4. Valorización: de las mercancías a exportarse	16	3,31	1,493
E5. Información estadística actualizada: temas aduaneros, jurídicos y de comercio exterior	16	2,81	1,047
G1. Asesoramiento en comercio exterior: temas normativos, técnicos y operacionales	16	3,19	1,328
G2. Negociación de precios y condiciones: de las mercancías a exportarse	16	3,25	1,000
G3. Gestión documentaria: del proceso de exportación	16	4,62	,619
G4. Valorización: de las mercancías a exportarse	16	3,50	1,155
G5. Información estadística actualizada: temas aduaneros, jurídicos y de comercio exterior	16	3,12	1,204
TOTAL	16	3,708	1,098

Planteando las hipótesis para comprobar si existe un grado de influencia alto (valores 4 y 5 en la escala de respuesta):

$$H_0 \leq 3$$

$$H_1 > 3$$

Calculando el valor de t:

$$t = \frac{\bar{X} - \mu}{S / \sqrt{n}}$$

$$t = \frac{3,708 - 3}{1,098 / \sqrt{16}}$$

$$t = \frac{0,708}{0,2745} = 2,5792$$

El valor de “t” en tabla, al 5% de significancia (gl=15) es de 1,7531. En consecuencia, dado que el valor de t calculado cae en la zona de rechazo de la hipótesis nula, se puede afirmar entonces que la influencia de los servicios aduaneros de las Agencias de Aduana es alta. Se acepta H₁.

4.2.2. Hipótesis General

La hipótesis general plantea que “el nivel de influencia de los Servicios de las Agencias de Aduana en la Calidad Percibida por las Empresas Exportadoras del Sector Agroindustrial es alto, en la Región de Tacna en el año 2018”.

Para el contraste se ha considerado el valor medio de las respuestas a las 33 preguntas realizadas a las Agencias de Aduana y relacionadas a los trámites y servicios aduaneros que brindan. Para el cálculo del valor medio se emplea las 2 tablas empleadas en la contrastación de las 2 hipótesis específicas, resultando que el valor medio es igual a 4,072. De la misma manera se calcula la desviación típica resultando igual a 0,930. El valor medio recae en la segunda escala con mayor valor: 4 (la escala va entre 1 y 5) y, dado que la desviación es menor a 1, se puede concluir que es “Bueno”.

Planteando las hipótesis para comprobar si existe un grado de influencia alto (valores 4 y 5 en la escala de respuesta):

$$H_0 \leq 3$$

$$H_1 > 3$$

Calculando el valor de t:

$$t = \frac{\bar{X} - \mu}{S / \sqrt{n}}$$

$$t = \frac{4,072 - 3}{0,930 / \sqrt{16}}$$

$$t = \frac{1,072}{0,23255303} = 4,6108$$

El valor de “t” en tabla, al 5% de significancia (gl=15) es de 1,7531. En consecuencia, dado que el valor de t calculado cae en la zona de rechazo de la hipótesis nula, se puede afirmar entonces que la influencia de los Servicios de las Agencias de Aduana es alta. Se acepta H_1 .

V. CONCLUSIONES

PRIMERA: Objetivo General.

En la presente investigación se ha comprobado que el nivel de influencia de los Servicios de las Agencias de Aduana en la calidad percibida por las Empresas Exportadoras del sector agroindustrial de la región Tacna es de nivel alto, el valor medio resultó igual a 4,072 (valores posibles entre 1 a 5). En la prueba estadística para determinar si el grado de influencia era alto (valores 4 ó 5), resultó que el valor de “t” calculado fue de 4,6108 que cae en la zona de rechazo de la hipótesis nula, por ello se puede afirmar que el nivel de influencia es alto. La relación entre ambas variables es directa y positiva, por lo que ante un incremento en la calidad y el despliegue de las estrategias empresariales de las Agencias de Aduana relacionados a los Servicios que brinda, mejorará la Calidad Percibida por las Empresas Exportadoras agroindustriales de la región Tacna.

SEGUNDA: Primer Objetivo Específico.

De acuerdo con el análisis de los datos recopilados se logró determinar que la influencia de los Trámites Aduaneros brindados por las Agencias de Aduana a las Empresas Exportadoras es alta. En la escala entre 1 y 5, el valor medio de los indicadores fue igual a 4,376. En la prueba estadística para determinar si el grado de influencia era alto se obtuvo que el valor de t en tablas (1.7531) fue menor al t calculado (6,9614), por lo que se acepta

la hipótesis. La calidad de los Trámites Aduaneros influye de manera directa y positiva en la percepción de los clientes que les contratan.

TERCERA: Segundo Objetivo Específico.

De acuerdo con el análisis de los datos recopilados se logró determinar que la influencia de los Servicios Aduaneros brindados por las Agencias de Aduana a las Empresas Exportadoras es alta. En la escala entre 1 y 5, el valor medio de los indicadores fue igual a 3,708. En la prueba estadística para determinar si el grado de influencia era alto se obtuvo que el valor de t en tablas (1.7531) fue menor al t calculado (2,5792), por lo que se acepta la hipótesis. La calidad de los Servicios Aduaneros influye de manera directa y positiva en la percepción de los clientes que les contratan.

CUARTA: Características de las Agencias de Aduana.

Las Agencias de Aduana en general, tienen experiencia y conocimiento del mercado, su tiempo promedio de operaciones es de 14 años, sin embargo, se les puede considerar pequeñas empresas pues todas tienen menos de 10 trabajadores permanentes. La mayor parte de ellas contratan personal temporal, aunque nunca sobrepasan de 5 trabajadores adicionales. El documento de gestión que más utilizan es el Manual de Procedimientos. Todas usan el servicio de internet en sus operaciones aunque se debe precisar que esto es por disposición de SUNAT; pocas tienen página web propia y emplean el Whatsapp para comunicarse con sus clientes.

QUINTA: Resultados relacionados a las Agencias de Aduana.

En la dimensión Trámites Aduaneros, de los 6 trámites considerados, “Despacho aduanero” resultó ser el más importante, frecuente y rentable para las Agencias de Aduana. En la dimensión Servicios Aduaneros, de los 5 servicios considerados “Gestión documentaria del proceso de exportación” resultó ser el más importante, frecuente y rentable.

SEXTA: Características de las Empresas Agroexportadoras.

Las Empresas Exportadoras encuestadas del sector agroindustrial, operan en su mayoría por menos de 10 años, aunque un pequeño número tiene entre 41 y 50 años; respecto de las que tienen menos de 10 años en promedio operan por 6.1 años. Sobre los trabajadores contratados permanentemente, se determinó que 3 de cada 4 empresas tiene menos de 10 trabajadores, es decir, se les puede considerar MYPEs, su proceso productivo tiene un comportamiento estacional. Las Empresas Exportadoras consideran que su futuro seguirá siendo más o menos igual, aunque son ligeramente optimistas respecto del incremento de la demanda externa por sus productos. En su gran mayoría consideran que el precio de exportación seguirá igual en el futuro. En lo que se refiere al apoyo que reciben del Estado, consideran que no es suficiente. Respecto de las operaciones de importación, la gran mayoría la ha realizado, aunque sólo seleccionaron la cuarta parte de las opciones presentadas, siendo principalmente: maquinarias y equipos.

SÉPTIMA: Resultados relacionados a las Empresas Agroexportadoras.

En general, los resultados obtenidos indican que la calidad percibida de las Empresas Agroexportadoras respecto de los servicios que brindan las Agencias de Aduana es: buena. En la dimensión Tangibilidad, el elemento mejor valorado es “Apariencia de los empleados”. En la dimensión Fiabilidad, el elemento mejor valorado es “Regularidad del servicio”. En la dimensión Capacidad de Respuesta, el elemento mejor valorado es “Disposición a ayudar”. En la dimensión Seguridad, el elemento mejor valorado es “Seguridad en las transacciones”. En la dimensión Empatía, el elemento mejor valorado es “Horarios de trabajo adecuados”.

VI. RECOMENDACIONES

PRIMERA: Objetivo General.

En vista de la influencia positiva y aceptable de la forma en que se brindan los servicios de las Agencias de Aduana en la calidad percibida por sus clientes, es que se sugiere que se monitoree constantemente la calidad de los mismos. De igual manera, al haberse detectado que muy pocas Agencias de Aduana tienen formulados los documentos de gestión más importantes (tabla N° 33: “Documentos de gestión de las Agencias de Aduana”) es fundamental que los desarrollen para que puedan trabajar de manera efectiva en el mediano y largo plazo. La Facultad de Ciencias Empresariales, FACEM, podría diseñar talleres dirigidos específicamente a las Agencias de Aduana para que formulen dichos documentos de gestión, principalmente: Plan de negocios, Plan estratégico y, Plan de Marketing.

SEGUNDA: Primer Objetivo Específico.

En vista de que los Trámites Aduaneros que brindan las Agencias de Aduana influyen en la calidad percibida por las Empresas Agroexportadoras más que los Servicios Aduaneros, se les debe de considerar en el análisis estratégico como fortalezas de las Agencias de Aduana, siendo eventualmente, fuente de Ventaja Competitiva, según la situación propia de cada una.

TERCERA: Segundo Objetivo Específico.

La influencia de los Servicios Aduaneros que brindan las Agencias de Aduana es alta, aunque en menor medida que los Trámites Aduaneros que las Empresas Agroexportadoras les contratan, es por ello que, se sugiere que deben de revisar las estrategias y acciones actuales a fin de mejorar su desempeño y de esa manera incrementar la percepción positiva de parte de los clientes.

CUARTA: Características de las Agencias de Aduana

Dadas las características generales establecidas tras el análisis de los resultados, claramente su desarrollo futuro depende del nivel de exportaciones en la región Tacna. En los años 90 el movimiento de mercancías era mucho mayor en la frontera entre Tacna y Arica, incluso en nuestra ciudad las Agencias de Aduana eran más numerosas y tenían mayor cantidad de personal. Sería muy conveniente que los representantes de las Agencias de Aduana participen más activamente en la formulación de los planes de desarrollo de la región, incluido el PERX-Tacna, especialmente en lo relacionado a las actividades económicas y su proyección internacional. Asimismo, deberían de implementar sus páginas web institucionales en el que den información propia y relacionada al comercio exterior y, publiciten los trámites y servicios que ofertan.

QUINTA: Resultados relacionados a las Agencias de Aduana.

Las Agencias de Aduana deben ser informadas respecto del hecho de que los trámites aduaneros que brindan son mejor valoradas por las Empresas Agroexportadoras que los servicios aduaneros que ofertan. Entre los 6 Trámites Aduaneros presentados en las encuestas, destaca el trámite “Despacho aduanero”, que es considerado como el más importante por las propias Agencias de Aduana pero además es el que es más requerido por sus clientes y también es el más rentable. Esto debe estar reflejado en sus planes estratégicos y ser un punto referente en su gestión. Entre los 5 Servicios Aduaneros que brindan las Agencias de Aduana, al igual que en el caso de los Trámites Aduaneros, destaca uno: “Gestión documentaria del proceso de exportación”; es el más importante, el más requerido y el más rentable. De igual manera, este hecho debe estar reflejado en sus planes estratégicos y ser tomado en cuenta en su gestión.

SEXTA: Resultados relacionados a las Agencias de Aduana.

Toda empresa requiere de tiempo para consolidarse en el mercado, y para internacionalizarse, se requiere de tiempo adicional. En vista de ello, sería muy conveniente que se les brinde asesoría y capacitación en el desarrollo de sus planes de internacionalización o en su defecto, de planes de exportación. En líneas generales, las empresas agroexportadoras manifiestan que reciben poco apoyo, el cual además se suele enfocar en aspectos productivos y de gestión.

SÉPTIMA: Resultados relacionados a las Agencias de Aduana.

Al ser el nivel de calidad percibida como “bueno”, se deben de implementar a la brevedad planes de mejora en función de los resultados de cada uno de los indicadores. Se debe incluir un objetivo del marketing relacional: la lealtad de los clientes actuales.

VII. REFERENCIAS

- ADUANAS, R. D. (17 de 03 de 2009). *Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT)*. Obtenido de Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT): http://www.sunat.gob.pe/estad-comExt/modelo_web/ranking_operadores.html
- Alzamora Falcon, M. P. (2017). *Repositorio Academico Universidad San Martin de Porres*. Obtenido de Repositorio Academico Universidad San Martin de Porres: http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/2853/1/alzamora_fmp.pdf
- Anderson, E. W., Fornell, C., & Mazvancheryl, S. K. (2004). *Satisfacción del cliente y valor para el accionista*. *Journal of Marketing*.
- Antonio Miranda, C. I. (2014). *Influencia de la calidad de servicio en la imagen corporativa de la empresa compartamos financiera-Trujillo*. Trujillo: Universidad Nacional de Trujillo.
- Berry, L. L., Bennett, D. R., & Brown, C. W. (1989). *Calidad del Servicio: una ventaja estratégica para instituciones financieras*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Cabanellas de Torre, G. (02 de 2020). *Diccionario ley y derecho*. Obtenido de <https://diccionario.leyderecho.org/tramite/>
- Camison, C., Cruz, S., & González, T. (2006). *Gestión De La Calidad: Conceptos, Enfoques, Modelos y Sistemas*. En *Gestión De La Calidad: Conceptos, Enfoques, Modelos y Sistemas* (pág. 1464). España - Madrid: Pearson Educacion.

- Campusano Pachas, D. A. (2018). *Importancia del Agente de Aduana como Auxiliar de la Funcion Pública en el Perú*. Lima, Lima, Peru: Universidad Nacional Federico Villareal.
- Ceballos, L. (2012). *Comercio y Aduanas*. Obtenido de Comercio y Aduanas: <http://www.comercioyaduanas.com.mx/comercioexterior/comercioexterioryaduanas/que-es-comercio-internacional/>
- Chancelier, S. (22 de 11 de 2013). El Rol de la Calidad en la Dirección del Comercio: Analizando el comportamiento de las empresas exportadoras. La Plata, Buenos Aires, Argentina: Universidad Nacional de La Plata.
- Churchill, G., & Suprenant, C. (1982). An Investigation into the Determinants of Customer. *Journal of Marketing Research*, 491-504.
- Congreso de la República del Perú. (27 de 06 de 2008). *Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administracion Tributaria*. Obtenido de Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administracion Tributaria: <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/normasadua/gja-03.htm>
- Cutipá Burgos, R., & Fernández, R. (02 de 07 de 2017). *Gestión de la Importación y el Rol de las Agencias de Aduana en el distrito de Desaguadero Puno-Perú en el Marco del Comercio Internacional*. Obtenido de Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Facultad de Ciencias Administrativas – UANCV: <http://adminegocios.uancv.edu.pe/revista/index.php/revista/article/view/7/7>
- Dawes, J. (2008). Do data characteristics change according to the number of scale points used?. An experiment using 5 point, 7 point and 10 point scales. *International Journal of Market Research*, 50(1), 61-104. Obtenido de

<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/147078530805000106?journalCode=mrea>

Espinoza Vidaurre, S. M. (2017). *Calidad del Servicio y La Satisfacción del Cliente en La Planta de Revisiones Técnicas Servicios Operativos del Sur en la ciudad de Tacna 2016*. Tacna: Universidad Privada de Tacna.

FAO. (2010). *Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación -FAO*. Obtenido de Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación - FAO: <http://www.fao.org/docrep/w5800s/w5800s12.htm>

Fornell, C. (1992). *A National Customer Satisfaction Barometer - The Swedish Experience*. Journal of Marketing.

Fornell, C., Rust, R., & Dekimpe, M. (2010). *El efecto de la satisfacción del cliente en el crecimiento del gasto del consumidor*. Journal of Marketing Research.

Gardey, J. P. (2014). *Definicionde*. Obtenido de Definicionde: <https://definicion.de/satisfaccion-del-cliente/>

Kano, N. (1984). *Attractive Quality and Must-be Quality*. Quality JSQC.

Kucukosmanoglu, A., & Sensoy, E. (2010). *Satisfacción del cliente: un fenómeno central en la comercialización*. Obtenido de https://copro.com.ar/Satisfaccion_del_cliente.html

Layme Zanga, D. (2017). *La Influencia de la Capacidad Gerencial en la Diversificación Concéntrica de los Negocios Exportadores Agroindustriales de Tacna 2016*. Tacna, Tacna, Perú: Universidad Privada de Tacna.

León Abril, N. H. (2017). *Las Barreras Arancelarias y el Crecimiento de las Exportaciones de las Empresas Agroindustriales asociadas a la camara de comercio de Tacna, periodo 2009-2014*. Tacna, Tacna, Perú: Universidad Privada de Tacna.

Mora Mendoza, L. (02 de 2017). *Repositorio Universidad Católica de Colombia*.

Obtenido de Repositorio Universidad Católica de Colombia:
<https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/14192/1/Actividad%20de%20control%2c%20como%20funcion%20esencial%20de%20la%20Aduana.pdf>

Muriel Mayta, G. C. (2017). *Estrategia empresarial y competitividad de las Agencias de Aduana en el distrito de Tacna*. Tacna, Tacna, Peru: Universidad Privada de Tacna.

NOTICIAS, A. P. (02 de 03 de 2011). *Andina*. Obtenido de Andina:

<https://andina.pe/agencia/noticia-tacna-declara-productos-bandera-a-aceite-oliva-aceituna-mesa-oregano-y-pisco-345858.aspx?fbclid=IwAR3TWvnCbChHi4U2Uz5q9UQXDOWmEcdkkn4DBrSoVEHkL1ND0FtxapmjoE>

Oré Gonzáles, D. J. (2018). *Estudio De La Relación Entre La Calidad Del Envase De Plástico Bidón Cilíndrico Y La Competitividad De Los Exportadores De Aceituna De Mesa En Las Empresas Agroindustriales*. Tacna: Universidad Privada de Tacna.

Organización Internacional de Normalización. (2015). *ISO 9001: 2015*. Suiza: ISO copyright office. Obtenido de file:///C:/Users/HP/Downloads/ISO%209000-2015.pdf

Osorio Asencio, E. (13 de 08 de 2009). Repositorio Academico Universidad San Martin de Porres. *Revista de Ciencias Empresariales de la Universidad San Martin de Porres*, 24 -36. Obtenido de Repositorio Academico Universidad San Martin de Porres:
<http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/handle/usmp/1593>

- PERUANO, E. (16 de 01 de 2009). Decreto Supremo N°010-2009-EF Reglamento del Decreto Legislativo 1053. *EL PERUANO*, pág. 27 .
- Raffino, M. E. (14 de Enero de 2020). Obtenido de <https://concepto.de/servicio/>
- Redacción, P. (06 de 11 de 2017). *Proactivo*. Obtenido de Proactivo: <https://proactivo.com.pe/agroindustria-y-mineria-lideran-las-exportaciones-en-tacna/>
- Reyes, S. (2014). *Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la asociación Share, sede Huehuetenango*. Quetzaltenango, México: Universidad Rafael Landívar.
- SIICEX. (2020). *Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior*. Obtenido de SIICEX: Comercio Exterior / Exportaciones Peruanas: http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?scriptdo=cc_glosario&pletra=E&pNumPagina=3&_portletid_=SGlosario&_page_=155.00000
- SUNAT. (27 de 06 de 2008). *sunat.gob.pe*. Obtenido de Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria: <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/normasadua/gja-03.htm>
- Tributaria, S. N. (Noviembre de 2018). *www.sunat.gob.pe*. Obtenido de http://www.sunat.gob.pe/estad-comExt/modelo_web/ranking_operadores.html
- Zeithaml, V., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Calidad Total en la Gestión de Servicios*. EE.UU: The Free Press.

VIII. APÉNDICE

Apéndice A. Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLES E INDICADORES	SUBINDICADORES
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General		
¿Cuál es el nivel de influencia de los Servicios de las Agencias de Aduana en la Calidad Percibida por las Empresas Exportadoras del Sector Agroindustrial de la Región de Tacna en el año 2018?	Determinar el nivel de influencia de los Servicios de las Agencias de Aduana en la Calidad Percibida por las Empresas Exportadoras del Sector Agroindustrial de la Región de Tacna en el año 2018.	El nivel de influencia de los Servicios de las Agencias de Aduana en la Calidad Percibida por las Empresas Exportadoras del Sector Agroindustrial es alto, en la Región de Tacna en el año 2018.	VARIABLE INDEPENDIENTE: Servicios de las Agencias de Aduana	Trámites Aduaneros
				Servicios Aduaneros
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas		
¿Cómo influyen los Trámites Aduaneros brindados por las	Determinar cómo influyen los Trámites Aduaneros brindados por	El grado de influencia de los Trámites Aduaneros brindados por		

<p>Agencias de Aduana en la Calidad Percibida por las Empresas Exportadoras del Sector Agroindustrial de la Región de Tacna?</p>	<p>las Agencias de Aduana en la Calidad Percibida por las Empresas Exportadoras del Sector Agroindustrial de la Región de Tacna.</p>	<p>las Agencias de Aduana en la Calidad Percibida por las Empresas Exportadoras del Sector Agroindustrial de la Región de Tacna es alto.</p>	<p>VARIABLE DEPENDIENTE: Calidad percibida por las Empresas Exportadoras</p>	<p>Tangibilidad</p> <p>Fiabilidad</p> <p>Capacidad de Respuesta</p> <p>Seguridad</p> <p>Empatía</p>
<p>¿Cómo influyen los Servicios Aduaneros brindados por las Agencias de Aduana en la Calidad Percibida por las Empresas Exportadoras del Sector Agroindustrial de la Región de Tacna?</p>	<p>Determinar cómo influyen los Servicios Aduaneros brindados por las Agencias de Aduana en la Calidad Percibida por las Empresas Exportadoras del Sector Agroindustrial de la Región de Tacna.</p>	<p>El grado de influencia de los Servicios Aduaneros brindados por las Agencias de Aduana en la Calidad Percibida por las Empresas Exportadoras del Sector Agroindustrial de la Región de Tacna es alto.</p>		

Apéndice B. Instrumento de investigación



Universidad Privada de Tacna
Facultad de Ciencias Empresariales



Estimado Sr. (a) (ta):

Me encuentro realizando una investigación para optar por el título profesional de Licenciada en Administración de Negocios Internacionales. Es por esta razón que he elaborado el presente cuestionario para conocer su opinión.

Le agradecería que evalúe cada una de las preguntas y que responda con sinceridad. La información que proporciona es estrictamente confidencial, siendo el procesamiento de tipo general, no identificando a ningún encuestado o Agencia de Aduana.

A. Aspectos Generales de la Agencia de Aduana:

1. Tiempo de operación de su Agencia de Aduana en Tacna: _____ años.
2. Cantidad de personal permanente (en promedio): _____ trabajadores.
3. Cantidad de personal temporal (en promedio): _____ trabajadores.
4. Respecto de su gestión empresarial, indique con cuáles de los siguientes documentos cuentan:

- | | |
|--|------------------------------------|
| | Plan de Negocios |
| | Plan Estratégico |
| | Plan de Marketing |
| | Manual de Organización y Funciones |

<input type="checkbox"/>	Reglamento de Organización y Funciones
<input type="checkbox"/>	Plan Anual Operativo o de Operaciones
<input type="checkbox"/>	Manual o Reglamento interno de Procedimientos Administrativos
<input type="checkbox"/>	Manual o Reglamento interno de Procedimientos Aduaneros
<input type="checkbox"/>	Código de Ética de Trabajo
<input type="checkbox"/>	Otro(especifique)
<hr/>	

5. Respecto del empleo de Internet en sus actividades, indique cuáles se utilizan:

<input type="checkbox"/>	Website o Página Web propia.
<input type="checkbox"/>	Blog, para publicar artículos, noticias e información especializada.
<input type="checkbox"/>	eMail o correo electrónico, para comunicación con los clientes.
<input type="checkbox"/>	Facebook, para comunicación directa e inmediata con los clientes.
<input type="checkbox"/>	Twitter, para difusión de noticias y avisos.
<input type="checkbox"/>	WhatsApp, para comunicación instantánea con los clientes.
<input type="checkbox"/>	Skype, para comunicación instantánea con los clientes.
<input type="checkbox"/>	Otro(s)(especifique)
<hr/>	

Instrucciones

Todas las afirmaciones que siguen a continuación deben ser valoradas, marcando la opción que se crea que es la más correcta. Marque sólo una de las 5 opciones de cada afirmación con una **X**.

¿Qué tan importante y fundamentales considera que son los siguientes aspectos en el proceso de exportación definitiva?.

Tenga presente que la importancia va creciendo de 1 a 5, siendo 1 = nada importante y 5 = muy importante.

B. Trámites realizados para las empresas exportadoras:					
1. Requerimiento de servicio en comercio exterior: generación de solicitudes y recepción.	1	2	3	4	5
2. Documentación aduanera: elaboración y preparación.	1	2	3	4	5
3. Trámite del despacho aduanero.	1	2	3	4	5
4. Inspección de la carga de exportación.	1	2	3	4	5
5. Despacho de la carga de exportación.	1	2	3	4	5
6. Monitoreo del embarque de la carga de exportación.	1	2	3	4	5
C. Servicios requeridos por las empresas exportadoras:					
1. Asesoramiento en comercio exterior: temas normativos, técnicos y operacionales.	1	2	3	4	5
2. Negociación de precios y condiciones: de las mercancías a exportarse.	1	2	3	4	5
3. Gestión documentaria: del proceso de exportación.	1	2	3	4	5
4. Valorización: de las mercancías a exportarse.	1	2	3	4	5
5. Información estadística actualizada: temas aduaneros, jurídicos y de comercio exterior.	1	2	3	4	5

¿Con qué frecuencia son solicitados los siguientes aspectos por las empresas exportadoras?.

Tenga presente que la frecuencia va creciendo de 1 a 5, siendo 1 = nunca y 5 = muy frecuentemente.

D. Trámites realizados para las empresas exportadoras:					
1. Requerimiento de servicio en comercio exterior: generación de solicitudes y recepción.	1	2	3	4	5
2. Documentación aduanera: elaboración y preparación.	1	2	3	4	5
3. Trámite del despacho aduanero.	1	2	3	4	5
4. Inspección de la carga de exportación.	1	2	3	4	5
5. Despacho de la carga de exportación.	1	2	3	4	5
6. Monitoreo del embarque de la carga de exportación.	1	2	3	4	5
E. Servicios requeridos por las empresas exportadoras:					
1. Asesoramiento en comercio exterior: temas normativos, técnicos y operacionales.	1	2	3	4	5
2. Negociación de precios y condiciones: de las mercancías a exportarse.	1	2	3	4	5
3. Gestión documentaria: del proceso de exportación.	1	2	3	4	5
4. Valorización: de las mercancías a exportarse.	1	2	3	4	5
5. Información estadística actualizada: temas aduaneros, jurídicos y de comercio exterior.	1	2	3	4	5

¿Qué tan rentables son los siguientes aspectos para su Agencia de Aduanas, en lo relacionado a los servicios prestados a los exportadores?.

Tenga presente que la frecuencia va creciendo de 1 a 5, siendo 1 = nada rentable y 5 = muy rentable.

F. Trámites realizados para las empresas exportadoras:					
1. Requerimiento de servicio en comercio exterior: generación de solicitudes y recepción.	1	2	3	4	5
2. Documentación aduanera: elaboración y preparación.	1	2	3	4	5
3. Trámite del despacho aduanero.	1	2	3	4	5
4. Inspección de la carga de exportación.	1	2	3	4	5
5. Despacho de la carga de exportación.	1	2	3	4	5
6. Monitoreo del embarque de la carga de exportación.	1	2	3	4	5
G. Servicios requeridos por las empresas exportadoras:					
1. Asesoramiento en comercio exterior: temas normativos, técnicos y operacionales.	1	2	3	4	5
2. Negociación de precios y condiciones: de las mercancías a exportarse.	1	2	3	4	5
3. Gestión documentaria: del proceso de exportación.	1	2	3	4	5
4. Valorización: de las mercancías a exportarse.	1	2	3	4	5
5. Información estadística actualizada: temas aduaneros, jurídicos y de comercio exterior.	1	2	3	4	5

Muchas gracias por su colaboración.



Universidad Privada de Tacna
Facultad de Ciencias Empresariales



Estimado Sr. (a) (ta):

Me encuentro realizando una investigación para optar por el título profesional de Licenciada en Administración de Negocios Internacionales. Es por esta razón que he elaborado el presente cuestionario para conocer su opinión.

Le agradecería que evalúe cada una de las preguntas y que responda con sinceridad. La información que proporciona es estrictamente confidencial, siendo el procesamiento de tipo general, no identificando a ningún encuestado o empresa exportadora.

A. Aspectos Generales de su empresa:

1. Tiempo de operación de su empresa: _____ años.
2. Cantidad de personal permanente (en promedio): _____ trabajadores.
3. Cantidad de personal temporal (en promedio): _____ trabajadores.
4. Respecto del **volumen** exportado anteriormente, Ud. considera que el próximo año:
 - () Disminuirá mucho.
 - () Disminuirá un poco.
 - () Seguirá igual.
 - () Se incrementará un poco.
 - () Se incrementará mucho.
 - () No se sabe

5. Respecto del **precio** de los productos que exporta, Ud. considera que el próximo año:

- () Disminuirá mucho.
- () Disminuirá un poco.
- () Seguirá igual.
- () Se incrementará un poco.
- () Se incrementará mucho.
- () No se sabe

6. Apoyo que recibe del Estado (Gobierno Regional, Municipalidades o Direcciones Regionales):

<input type="checkbox"/>	Capacitación en temas de exportación.
<input type="checkbox"/>	Asesoría en comercio exterior.
<input type="checkbox"/>	Información o Inteligencia de mercados.
<input type="checkbox"/>	Financiamiento parcial de sus operaciones de exportación.
<input type="checkbox"/>	Apoyo en la participación en eventos locales.
<input type="checkbox"/>	Apoyo en la participación en eventos nacionales.
<input type="checkbox"/>	Apoyo en la participación en eventos internacionales.
<input type="checkbox"/>	Otro(especifique)

7. Además de las exportaciones realizadas, Ud. ha realizado alguna importación de:

<input type="checkbox"/>	Materias primas necesarias para la producción.
<input type="checkbox"/>	Insumos adicionales para sus productos.
<input type="checkbox"/>	Componentes, partes o piezas.
<input type="checkbox"/>	Maquinarias para la producción.
<input type="checkbox"/>	Equipos.

Otro(s)(especifique):

¿Cómo es la calidad de los servicios contratados para sus operaciones de comercio exterior?

A continuación, marque una de las 5 opciones disponibles para cada una de las 22 afirmaciones, que refleje con precisión la calidad de los servicios recibidos. Tenga presente que la calidad va creciendo de 1 a 5, siendo:

1 = Muy malo

2 = Malo

3 = Regular

4 = Bueno

5 = Muy bueno.

B. Respeto de las Agencias de Aduana que operan en la Región Tacna:					
1. Las Agencias de Aduana tienen un equipamiento de apariencia moderna.	1	2	3	4	5
2. Las instalaciones físicas de las Agencias de Aduana son visualmente atractivas.	1	2	3	4	5
3. Los empleados de las Agencias de Aduana tienen apariencia impecable.	1	2	3	4	5
4. Los materiales relacionados al servicio que utilizan las Agencias de Aduana (folletos, reportes, informes, guías, etc.) son visualmente atractivos.	1	2	3	4	5
5. Cuando las Agencias de Aduana prometen hacer algo en un determinado tiempo, lo hacen.	1	2	3	4	5
6. Cuando Ud. ha tenido un problema con las Agencias de Aduana, ellas muestran un sincero interés en solucionarlo.	1	2	3	4	5
7. En las Agencias de Aduana realizan bien el servicio la primera vez.	1	2	3	4	5
8. En las Agencias de Aduana terminan el servicio en el tiempo que prometen hacerlo.	1	2	3	4	5
9. En las Agencias de Aduana insisten en mantener registros libres de errores.	1	2	3	4	5

10. Los empleados de las Agencias de Aduana le informan con precisión de cuándo concluirá cada servicio.	1	2	3	4	5
11. Los empleados de las Agencias de Aduana le sirven con rapidez.	1	2	3	4	5
12. Los empleados de las Agencias de Aduana siempre se muestran dispuestos a ayudarle.	1	2	3	4	5
13. Los empleados de las Agencias de Aduana nunca están demasiado ocupados para responder a sus preguntas.	1	2	3	4	5
14. El comportamiento de los empleados de las Agencias de Aduana le transmiten confianza.	1	2	3	4	5
15. Usted se siente seguro en sus transacciones y relación con las Agencias de Aduana.	1	2	3	4	5
16. Los empleados de las Agencias de Aduana son siempre amables con usted.	1	2	3	4	5
17. Los empleados de las Agencias de Aduana tienen conocimientos suficientes para contestar las preguntas que les hace.	1	2	3	4	5
18. En las Agencias de Aduana le dan una atención individualizada.	1	2	3	4	5
19. Los empleados de las Agencias de Aduana le dan una atención personalizada.	1	2	3	4	5
20. Los empleados de las Agencias de Aduana comprenden sus necesidades específicas.	1	2	3	4	5
21. En las Agencias de Aduana se preocupan siempre por sus mejores intereses.	1	2	3	4	5
22. En las Agencias de Aduana tienen horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes.	1	2	3	4	5

Muchas gracias por su colaboración.

Apéndice C. Plan de Mejora Propuesto

Concluida con la investigación, a sugerencia del Presidente del Jurado Dictaminador de la presente Tesis, se elaboró un Plan de Mejoras en los que se consoliden aportes adicionales a los referidos a la investigación. Esto es posible por el grado de conocimiento desarrollado durante la investigación acerca de la realidad en que se desempeñan las Agencias de Aduana y las Empresas Agroindustriales Exportadoras de la región Tacna.

El presente Plan de Mejoras propuesto, contiene varios cuadros con el detalle de las actividades a implementarse, tanto para las Agencias de Aduana como para las Empresas Agroindustriales Exportadoras. Ellos contienen lo siguiente:

- Definición de las Actividades de Mejora. Se presentan las actividades que se consideran las más importantes, con la correspondiente justificación de su necesidad.
- Ejecución de las Actividades de Mejora. Se identifica al responsable de la ejecución de cada una de las actividades, se presenta la fecha sugerida de inicio así como su duración y el periodo de revisión recomendado.
- Financiamiento de las Actividades de Mejora. Se especifican los recursos necesarios (acciones a desarrollarse y servicios a contratarse) y la fuente de financiamiento sugerida.
- Seguimiento y control de las Actividades de Mejora: Contiene los indicadores de seguimiento a tener presentes, así como a la persona responsable del seguimiento.

A continuación, se presenta todo lo mencionado para las Agencias de Aduana de la región Tacna:

Tabla N° 112*Definición de las actividades de mejora de las Agencias de Aduana*

Elemento	Actividad	Justificación
Tiempo de operación	1. Reenfoque publicitario	Las Agencias de Aduana existentes tienen trayectoria conocida en el mercado tacneño. Su estrategia publicitaria debe emplear las técnicas del Marketing Directo, no empleando medios masivos de comunicación.
Personal permanente	2. Empoderamiento del personal permanente	Las Agencias de Aduana tienen poco personal permanente, por ello es fundamental que desempeñen de la mejor manera sus funciones. Deben de mejorar sus competencias, capacidades y habilidades.
Personal temporal	3. Mejora de los niveles de satisfacción del personal temporal	Su disponibilidad es clave. Para ello es importante que el personal temporal tenga las mejores condiciones contractuales y reciba un excelente trato.
Documentos de gestión	4. Revisión o desarrollo de documentos de gestión	Son determinantes en la mejora de la gestión. Deben implementarse aquellos que correspondan a la realidad de cada Agencia de Aduana.
Empleo de Internet	5. Revisión o desarrollo de la estrategia de uso de Internet	La presencia en Internet es obligatoria. Se le debe de usar como medio para que la Agencia sea conocida y pueda ser contactada por potenciales clientes, así como mantener informada a la comunidad de seguidores y clientes.
Trámites aduaneros	6. Mejora del servicio de tramitación aduanera	Si bien es cierto, la situación actual que se reveló en los resultados de la investigación es buena, se debe de hacer una revisión con el fin de incrementar la competitividad de las Agencias de Aduana y la productividad del personal. Se debe tener especial cuidado con las normas dadas por SUNAT respecto de los procedimientos de tramitación aduanera.
Servicios aduaneros	7. Mejora de los servicios aduaneros adicionales	Si bien es cierto, la situación actual que se reveló en los resultados de la investigación es buena, se obtuvo un menor valor comparado con los procedimientos de tramitación aduanera. Se debe de hacer una revisión con el fin de incrementar la competitividad de las Agencias de Aduana y la productividad del personal. La evaluación debe considerar la continuación o no de los servicios aduaneros actuales o bien la incorporación de nuevos servicios, acorde al desarrollo de la tecnología y a las necesidades del sector exportador.

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 113*Ejecución de las actividades de mejora de las Agencias de Aduana*

Actividad	Responsable	Inicio	Duración
1. Reenfoque publicitario	Gerentes de Agencias de Aduana	Enero 3	Permanente. Revisión trimestral.
2. Empoderamiento del personal permanente	Gerentes de Agencias de Aduana	Enero 3	Semestral. Evaluación en Junio y Diciembre.
3. Mejora de los niveles de satisfacción del personal temporal	Gerentes de Agencias de Aduana	Enero 3	Estacional. Evaluación de acuerdo al periodo o periodos de mayor demanda de servicios.
4. Revisión o desarrollo de documentos de gestión	Gerentes de Agencias de Aduana	Enero 3	6 meses. Revisión anual.
5. Revisión o desarrollo de la estrategia de uso de Internet	Gerentes de Agencias de Aduana	Febrero 1	3 meses. Revisión semestral.
6. Mejora del servicio de tramitación aduanera	Gerentes de Agencias de Aduana	Febrero 1	3 meses. Evaluación anual.
7. Mejora de los servicios aduaneros adicionales	Gerentes de Agencias de Aduana	Mayo 2	3 meses. Evaluación anual.

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 114*Financiamiento de las actividades de mejora de las Agencias de Aduana*

Actividad	Recursos necesarios	Financiación
1. Reenfoque publicitario	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Servicio de diagnóstico. ▪ Servicio de replanteamiento del Marketing Estratégico. ▪ Servicio publicitario en medios identificados. 	Recursos propios
2. Empoderamiento del personal permanente	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estudio del clima organizacional. ▪ Revisión o desarrollo del ROF. ▪ Servicios de capacitación de Consultoras o Universidades. ▪ Evaluación del personal. 	Recursos propios
3. Mejora de los niveles de satisfacción del personal temporal	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Servicio de diagnóstico. ▪ Diseño de paquete de incentivos. ▪ Contacto permanente. 	Recursos propios
4. Revisión o desarrollo de documentos de gestión	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Servicio de identificación de necesidades. ▪ Servicio de revisión/desarrollo de cada documento de gestión. ▪ Servicio de revisión periódica de los documentos desarrollados. ▪ Servicio de asesoría de empresas consultoras y universidades. 	Recursos propios. Apoyo del Gobierno Regional, DIRCETUR y/o PRODUCE.
5. Revisión o desarrollo de la estrategia de uso de Internet	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Servicio de identificación de necesidades. ▪ Servicio de revisión/desarrollo de la estrategia de uso de Internet. ▪ Servicio de evaluación periódica de la presencia en Internet. 	Recursos propios. Apoyo de Universidades
6. Mejora del servicio de tramitación aduanera	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Servicio de evaluación de los procedimientos. ▪ Servicio de replanteo/mejora de cada trámite aduanero. ▪ Servicio de evaluación periódica de los procedimientos. 	Recursos propios
7. Mejora de los servicios aduaneros adicionales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Servicio de evaluación de los procedimientos. ▪ Servicio de replanteo/mejora de cada servicio aduanero. ▪ Servicio de evaluación periódica de los procedimientos. 	Recursos propios

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 115*Seguimiento y control de las actividades de mejora de las Agencias de Aduana*

Actividad	Indicador de seguimiento	Responsable
1. Reenfoque publicitario	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Relación nuevos clientes/clientes actuales. ▪ Alcance del mensaje publicitario. 	Administrador o encargado de Marketing
2. Empoderamiento del personal permanente	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Índice de satisfacción del personal. ▪ Percepción de calidad por los clientes. ▪ Índice de rotación del personal. 	Administrador o encargado de Recursos Humanos
3. Mejora de los niveles de satisfacción del personal temporal	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Índice de satisfacción del personal. ▪ Percepción de calidad por los clientes. 	Administrador o encargado de Recursos Humanos
4. Revisión o desarrollo de documentos de gestión	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Existencia de cada documento de gestión. ▪ Actas de reuniones periódicas de revisión. 	Gerentes o Administradores de las Agencias de Aduana
5. Revisión o desarrollo de la estrategia de uso de Internet	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Número de visitas al website. ▪ Número de personas que leen las publicaciones. ▪ Número de seguidores. ▪ Número de comentarios. 	Administrador o encargado de Informática
6. Mejora del servicio de tramitación aduanera	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cumplimiento de tiempos. ▪ Percepción de calidad por los clientes. ▪ Índice de productividad. 	Gerentes o Administradores de las Agencias de Aduana
7. Mejora de los servicios aduaneros adicionales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Relación nuevos clientes/clientes actuales. ▪ Percepción de calidad por los clientes. ▪ Índice de productividad. 	Administrador o encargado de Marketing

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se presenta el Plan de Mejoras para las Empresas Agroindustriales Exportadoras de la región Tacna:

Tabla N° 116

Definición de las actividades de mejora de las Empresas Agroindustriales Exportadoras

Elemento	Actividad	Justificación
Tiempo de operación	1. Estrategia de internacionalización	Las Empresas Agroindustriales tienen en promedio 6.1 años de operación, son relativamente jóvenes. Asimismo, al analizar la estadística de exportación se identificaron varias empresas que habían exportado pero que dejaron de hacerlo. Es por ello que se recomienda el desarrollo formal de un Plan de Internacionalización, para la buena gestión en el mediano y largo plazo.
Personal permanente	2. Capacitación del personal	Las Empresas Agroindustriales Exportadoras tienen poco personal permanente, por el tamaño pequeño de las operaciones en comparación con empresas de alcance nacional. Deben de mejorar sus competencias, capacidades y habilidades, relacionadas principalmente con la actividad productiva.
Personal temporal	3. Mejora de los niveles de satisfacción del personal temporal	En el sector agroexportador siempre se contrata personal temporal en las épocas de siembra y cosecha principalmente. La disponibilidad de esta mano de obra poco calificada es clave. Para ello es importante que el personal temporal tenga las mejores condiciones contractuales, beneficios sociales y reciba un excelente trato.
Volumen exportado	4. Prospección de Mercados	Son determinantes en el éxito empresarial. Se deben hacer por campaña para poder identificar oportunidades de mercado, dirigir los productos a los mercados que den los mayores beneficios, así como identificar necesidades y cambios que puedan ocurrir.
Precio de exportación	5. Estrategia de precios	Son determinantes en el éxito empresarial. Se debe hacer una actualización por campaña para poder determinar los mejores precios para los productos a fin de maximizar la rentabilidad.
Apoyo del Estado	6. Promoción de la actividad agroindustrial exportadora	Si bien es cierto el Estado no tiene un rol interventor en la economía, si es una obligación el promover y fomentar el desarrollo de las actividades económicas que mejoren el bienestar de la población, tanto de las empresas como de la sociedad en general. Actualmente este apoyo es pequeño y no coordinado entre las diferentes instituciones estatales.

Importaciones realizadas	7. Asesoría en importación.	Sólo la sexta parte de las empresas agroindustriales exportadores han importado alguna vez. Por razones de la mejora de la competitividad y actualización tecnológica es fundamental que se evalúe la importación no sólo de materias primas, insumos o componentes para la producción, sino también la importación de maquinarias y equipos modernos.
Tangibilidad	8. Mejora de las instalaciones y equipamiento	El lugar de trabajo influye en la percepción de calidad de los clientes y en el propio rendimiento del personal. El equipamiento afecta positiva o negativamente a la productividad.
Fiabilidad	9. Rediseño de procedimientos administrativos.	Se debe de hacer un rediseño de los procedimientos administrativos con el fin de incrementar la fiabilidad del servicio contratado por los clientes. La evaluación debe tener en cuenta las normas establecidas por el Estado.
Capacidad de respuesta	10. Capacitación del personal.	Según los resultados de la investigación, se debe mejorar la capacidad de respuesta de las Agencias de Aduana. El enfoque en el cliente es fuente de ventaja competitiva, en particular en este caso pues los clientes son de tipo empresarial.
Seguridad	11. Capacitación del personal.	Respecto de la seguridad, las empresas agroindustriales la calificaron como alta. No obstante, se recomienda no descuidarla. El apoyo y asistencia de las Agencias de Aduana a su personal es el que debe ser priorizado.
Empatía	12. Capacitación del personal.	Aquí también las Agencias de Aduana fueron bien calificadas. Se debe mejorar sobre todo el relacionamiento con los clientes, procurando dar atención individualizada y acorde a las necesidades y realidad de cada cliente.

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 117

Ejecución de las actividades de mejora de las Empresas Agroindustriales Exportadoras

Actividad	Responsable	Inicio	Duración
1. Estrategia de internacionalización	Gerentes de Empresas Agroindustriales Exportadoras	Enero 3	2 meses. Revisión anual.
2. Capacitación del personal	Gerentes de Empresas Agroindustriales Exportadoras	Marzo 1	Anual. Revisión anual.
3. Mejora de la satisfacción del personal temporal	Gerentes de Empresas Agroindustriales Exportadoras	Enero 3	Estacional. Revisión de acuerdo a ciclos de los productos
4. Prospección de Mercados	Gerentes de Empresas Agroindustriales Exportadoras	Marzo 1	3 meses. Revisión por campaña.
5. Estrategia de precios	Gerentes de Empresas Agroindustriales Exportadoras	Marzo 1	1 mes. Revisión por campaña
6. Promoción de la actividad agroindustrial exportadora	Gobierno Regional, DIRCETUR, PRODUCE y MINAGRI	Febrero 1	Permanente. Revisión anual.
7. Asesoría en importación.	Intendencia de Aduana, Gobierno Regional, DIRCETUR, PRODUCE y MINAGRI	Abril 1	1 mes. Anual.
8. Mejora de las instalaciones y equipamiento	Gerentes de Agencias de Aduana	Mayo 2	3 meses. Evaluación cada 2 años.
9. Rediseño de procedimientos administrativos.	Gerentes de Agencias de Aduana	Junio 1	2 meses. Evaluación bimestral.
10. Capacitación del personal.	Gerentes de Agencias de Aduana	Julio 1	1 mes. Evaluación semestral.
11. Capacitación del personal.	Gerentes de Agencias de Aduana	Agosto 1	1 mes. Evaluación semestral.
12. Capacitación del personal.	Gerentes de Agencias de Aduana	Setiembre 1	1 mes. Evaluación semestral.

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 118

Financiamiento de las actividades de mejora de las Empresas Agroindustriales Exportadoras

Actividad	Recursos necesarios	Financiación
1. Estrategia de internacionalización	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Servicio de diagnóstico situacional. ▪ Elaboración del Plan de Internacionalización. ▪ Servicio de revisión periódica. 	Recursos propios
2. Capacitación del personal	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estudio del clima organizacional. ▪ Revisión de curriculum. ▪ Medición de la productividad y la eficiencia. ▪ Servicios de capacitación de empresas consultoras o universidades. 	Recursos propios
3. Mejora de la satisfacción del personal temporal	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Servicio de diagnóstico. ▪ Diseño de paquete de incentivos. ▪ Contacto permanente. ▪ Prestación de servicios sociales. 	Recursos propios
4. Prospección de Mercados	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Servicio de evaluación de los mercados destino actuales. ▪ Servicio de evaluación de mercados nuevos para cada producto. ▪ Servicio de adecuación de productos a los mercados destino. ▪ Evaluación de la accesibilidad a los principales mercados. ▪ Servicio de revisión de los mercados destino en cada campaña. 	Recursos propios. Apoyo de las universidades, Gobierno Regional, DIRCETUR y/o PRODUCE.
5. Estrategia de precios	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Análisis histórico de los precios internacionales. ▪ Análisis histórico del tipo de cambio. ▪ Análisis de costos de producción. ▪ Identificación de mercados con precios más atractivos. ▪ Servicio de revisión y actualización de los precios. 	Recursos propios. Apoyo de las universidades.
6. Promoción de la actividad agroindustrial exportadora	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ejecución de programas de capacitación en aspectos relacionados a la producción, comercialización y negociación internacional. ▪ Servicio de asesoría en gestión empresarial y negocios internacionales. 	Presupuesto estatal.

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Servicio de búsqueda y obtención de información estadística relevante. ▪ Apoyo en la participación en eventos locales, nacionales e internacionales. 	
7. Asesoría en importación.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacitación en procedimientos aduaneros y normas existentes. ▪ Servicio de búsqueda y obtención de información relevante. 	Presupuesto estatal.
8. Mejora de las instalaciones y equipamiento	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rediseño de los ambientes físicos. ▪ Revisión de la operatividad del equipamiento, especialmente el tecnológico. ▪ Evaluación de la apariencia y presentación del personal. 	Recursos propios
9. Rediseño de procedimientos administrativos.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Servicio de evaluación de los procedimientos actuales. ▪ Servicio de replanteo/mejora de cada procedimiento. ▪ Servicio de evaluación periódica del cumplimiento de los procedimientos. 	Recursos propios
10. Capacitación del personal.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Servicio de capacitación en atención al cliente. ▪ Desarrollo de material informativo de cada procedimiento. ▪ Entrenamiento en la ejecución correcta de los procedimientos. 	Recursos propios
11. Capacitación del personal.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Revisión de los incentivos y beneficios laborales al personal. ▪ Programa de desarrollo de identificación del personal con la Agencia de Aduana. ▪ Revisión de los procedimientos de apoyo y asistencia al personal. 	Recursos propios
12. Capacitación del personal.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Registro detallado de datos de los clientes. ▪ Desarrollo o implementación de un programa de relacionamiento con los clientes. ▪ Revisión de los horarios de trabajo. 	Recursos propios

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 119

Seguimiento y control de las actividades de mejora de las Empresas Agroindustriales Exportadoras

Actividad	Indicador de seguimiento	Responsable
1. Estrategia de internacionalización	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Existencia del Plan de Internacionalización. ▪ Actas de reunión de las revisiones. 	Gerentes o especialista en Negocios Internacionales
2. Capacitación del personal	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Índice de satisfacción del personal. ▪ Índice de productividad. Índice de eficiencia. 	Administrador o encargado de Recursos Humanos
3. Mejora de los niveles de satisfacción del personal temporal	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Índice de satisfacción del personal. ▪ Índice de productividad. ▪ Índice de eficiencia. ▪ Bonificación de beneficios. 	Administrador o encargado de Recursos Humanos
4. Prospección de Mercados	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Existencia de los documentos de Prospección de Mercados. ▪ Actas de reunión de las revisiones. 	Gerentes o especialistas en Negocios Internacionales
5. Estrategia de precios	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Existencia de los documentos con los resultados. ▪ Actas de reunión de las revisiones. 	Gerentes o especialistas en Negocios Internacionales
6. Promoción de la actividad agroindustrial exportadora	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Registros de participación de las empresas. ▪ Actas de conformidad de los servicios recibidos. ▪ Registros de requerimiento de información. ▪ Informes de participación en eventos. 	Gerente Regional GRDE y, Directores Regionales.
7. Asesoría en importación.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Registros de participación de las empresas. ▪ Registros de requerimiento de información. 	Intendente de Aduana, Gerente Regional GRDE y, Directores Regionales.
8. Mejora de las instalaciones y equipamiento	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Percepción de calidad de los clientes. ▪ Índice de satisfacción del personal. 	Gerentes o Administradores de las Agencias de Aduana
9. Rediseño de procedimientos administrativos.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cumplimiento de procedimientos. ▪ Cumplimiento de plazos. Cantidad de errores en los registros. 	Gerentes o Administradores de las Agencias de Aduana

10. Capacitación del personal.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Percepción de calidad de los clientes. ▪ Existencia de material informativo. ▪ Registros de evaluación de la ejecución de los procedimientos. 	Administrador o encargado de Recursos Humanos
11. Capacitación del personal.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Índice de satisfacción del personal. ▪ Índice de rotación del personal. ▪ Grado de identificación institucional del personal. 	Administrador o encargado de Recursos Humanos
12. Capacitación del personal.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Existencia de bases de datos de los clientes. ▪ Existencia del programa de relacionamiento. ▪ Actas de revisión e implementación. 	Gerentes o encargado de Marketing

Fuente: Elaboración propia

Apéndice D. Lista de Agencia de Aduanas

Nº	Nro	Agente	ID	Jurisdicción	Estado	Dirección	Teléfono:	Representante Legal:
1	483	MARINO HNOS S.A. AGENTE DE ADUANAS	172	TACNA	HABILITADO	AV. JORGE BASADRE MZ. C LOTE 4 2DO. PISO POCOLLAY - TACNA	742906 - 0747784	MARIÑO SALAS JUAN NICOLAS
2	2224	SAVAR AGENTES DE ADUANA S A	172	TACNA	HABILITADO	AMPLIACION BOLOGNESI MZ E LT 11 POCOLLAY TACNA - POCOLLAY	6137070 - 6137080	
3	3174	GEP S.A. AGENCIA DE ADUANA	172	TACNA	HABILITADO	AV. MIGUEL GRAU N° 1935, TACNA - TACNA	425991 - 0425991	RAUL GONZALES CORNEJO
4	4137	AGENCIA DE ADUANA PRISMA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	172	TACNA	HABILITADO	AMPLIACION P.J. BOLOGNESI MZ. "F" LOTE 3 - TACNA	0747170 - 0788631	MANRIQUE SILVA OSCAR HERNAN
5	4303	BEAGLE AGENTES DE ADUANA S.A	172	TACNA	HABILITADO	ASOC. FEDERICO BARRETO MZ.B LT 8 DISTRITO DE POCO - POCOLLAY	6168585 - 0245221	RICARDO TOVAR ASCA
6	5681	ADUAMERICA S.A.	172	TACNA	HABILITADO	AMPL. BOLOGNESI MZ. E LOTE 11 POCOLLAY - TACNA	0725160 -	VIDAL QUINTANA GLADYS ROXANI
7	6216	DDP ADUANAS S.A.C.	172	TACNA	HABILITADO	AMPLIACION BOLOGNESI ,POCOLLAY,TACNA,TACNA - TACNA	5224115 - 5242512	CARRASCO TAPIA SILVIA
8	6333	ESPLENDOR S.A.C. AGENCIA DE ADUANAS - ESSAC AGENCIA DE A	172	TACNA	HABILITADO	MZA.E, LOTE 3, AMPLIACION BOLOGNESI - POCOLLAY	4411360 -	CLEOFE LILIANA JIMENEZ PALMA
9	6838	LOGISTIC TRAVEL ILO S.A.C.	172	TACNA	HABILITADO	ASOC. F. BARRETO MZ.B, LOTE 04 - PACOLLAY	2248999 - 2248999	MANRIQUE SILVA OSCAR HERNAN
10	7026	PAZLEY ADUANA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - PAZLEY ADUANA S	172	TACNA	HABILITADO	AMPLIACION BOLOGNESI MZA. G LOTE 14 TACNA - POCOLLAY	5241147 -	TORRES RICARD SANTIAGO ANTONIO
11	7053	SCHARFF LOGISTICA INTEGRADA S.A.	172	TACNA	HABILITADO	- No.- URB LAS MAGNOLIAS KM.- MZ.B LT. 8 - POCOLLAY	5242507 - 2425077	JORGE PANTA PANTA
12	7215	MOCAYAS LOGISTICA ADUANERA S.A.C.	172	TACNA	HABILITADO	JV LOS NARDOSC.P AUGUSTO B. LEGUIA MZ.80 LT. 13, - TACNA	578231 -	SOLANO HUARANGA JUAN CAPISTRANO
13	7283	SOTO ZEGARRA AURELIO LUIS	172	TACNA	HABILITADO	ASOC. FEDERICO BARRETO MZ. C LOTE 12 POCOLLAY - TACNA	0743283 - 0743283	SOTO GONZALES GIOVANNA NOHELIA
14	7314	ECOADUANAS LOGISTICS S.A.C.	172	TACNA	HABILITADO	FEDERICO BARRETO MZA B LT ASOC. DE VIVIENDA MZ.b - POCOLLAY	425384 -	PACCI COHAILA RONALD JUAN
15	7521	AGENCIA DE ADUANA DEL SUR SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - AGE	172	TACNA	HABILITADO	. No..URB RAMON CASTILLA KM.. MZ.A LT. 01 DPTO.. - TACNA	5224495 - 5224495	VICENTE ALFEREZ ANTONIA PATRICIA
16	7689	DESPACHOS ADUANEROS ARUNTA S A	172	TACNA	HABILITADO	AV.RUFINO ALBARRACIN MZA G LOT.7 POCOLLAY TACNA - TACNA	742455 - 0742296	MALPARTIDA ROBLES GUILLERMO OSWALDO
17	7693	OLZAA AGENCIA DE ADUANA S.A.	172	TACNA	HABILITADO	HAYA DE LA TORRE No.1482P.J LA NATIVIDAD KM.- - TACNA	318070 -	
18	7779	GESTIONES ADUANERAS TACNA SAC.	172	TACNA	HABILITADO	ASOC. FEDERICO BARRERO MZ. B LOTE 7 POCOLLAY - TACNA	742372 - 0742374	CORDOVA RODRIGUEZ JOSE ANTONIO
19	8539	C ZAVALA ADUANERA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - C ZAVALA AD	172	TACNA	HABILITADO	- No.- OTR AMPLIACION BOLOGNESI KM.- MZ.F - POCOLLAY	5228180 - 9596937	
20	9605	LITORAL PACIFICO S. A. AGENCIA DE ADUANA	172	TACNA	HABILITADO	URB. FEDERICO BARRETO, MZA. D, LOTE 1-C, POCOLLAY - POCOLLAY	0412129 - 0412129	HERRERA MALAGA FLORENCIO FLAVIO

Fuente: SUNAT – PERU

Nota. Elaboración Propia

Apéndice E. Lista de Empresas del Sector Agroindustrial

Nº	RUC	Razón Social	Valor FOB (US\$)								Var.% F2017/F2016	Part.% F2017	Crec.% F2017/F2016	
			F2010	F2011	F2012	F2013	F2014	F2015	F2016	F2017				
1	20532966451	AROMATICO INVERSIONES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	0	0	23,600	3,825,511	3,740,621	2,865,163	3,571,909	5,676,840	58.93%	11.68%	0.0%	
2	20532383782	NOVOS DISTRIBUCION Y EXPORTACION DEL PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	582,049	506,942	1,060,392	1,261,588	1,740,826	1,661,336	2,071,651	3,445,151	66.3%	7.09%	28.92%	
3	20532520950	FUNDO LA NORIA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - FUNDO LA NORIA S.A.C.	515,048	656,025	1,567,757	1,072,250	3,162,749	2,403,981	1,985,403	2,222,768	11.96%	4.57%	23.23%	
4	20519859077	PRODUCTOS VEGETALES DE EXPORTACION EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	0	0	525,110	371,700	606,072	691,853	674,393	1,668,490	147.41%	3.43%	0.0%	
5	20601186358	AGROINDUSTRIAS CORVALAN E.I.R.L.	0	0	0	0	0	0	1,613,597	1,496,518	-7.26%	3.08%	0.0%	
6	20519777348	SABOR PERUANO DE EXPORTACION S.A.C.	602,570	370,440	777,110	1,480,650	752,570	295,970	582,582	1,353,538	132.33%	2.79%	12.26%	
7	20532464359	OLIAMERICA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA -OLI.S.A.C.	421,437	354,397	466,159	627,953	1,420,235	640,634	641,200	993,938	55.01%	2.05%	13.04%	
8	20532439320	EXPORTACION ALIMENTICIA Y ESPECIES S.A.C. - EXPORT FOOD & SPICE S.A.C.	0	0	0	0	0	386,958	430,155	854,778	98.71%	1.76%	0.0%	
9	20600015274	AGROINDUSTRIAS SUR OLIVA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - SUR OLIVA S.A.C.	0	0	0	0	0	113,965	266,712	726,473	172.38%	1.49%	0.0%	
10	20452899664	ESTELA Y COMPANIA S.C.R.L.	1,817,885	2,512,519	2,418,352	2,810,867	1,971,115	1,684,124	1,412,005	689,880	-51.14%	1.42%	-12.93%	
11	20532106436	DESCALS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS S.A.C.	1,284,936	929,570	643,162	144,976	804,350	928,171	124,815	554,405	344.18%	1.14%	-11.32%	
12	20519909945	OLIVA PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	854,004	841,751	928,753	1,045,070	1,719,187	1,618,596	1,090,441	524,988	-51.86%	1.08%	-6.71%	
13	20318165051	AGROIND. Y COMERCIALIZ. GUIVE E.I.R.L	2,574,884	1,688,736	1,540,378	962,126	1,550,395	1,455,416	1,472,361	517,305	-64.87%	1.06%	-20.49%	
14	20133270761	BIONDI Y CIA DE TACNA S.A.C.	1,035,382	899,411	1,087,912	1,107,756	1,103,406	702,196	587,574	453,290	-22.85%	0.93%	-11.13%	
15	20532998655	GRUPO ESTELA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - GRUPO ESTELA S.A.C.	0	0	0	0	527,500	417,822	714,540	466,430	404,240	-13.33%	0.83%	0.0%
16	20495300995	AGROINDUSTRIAS GONZALEZ S.A.C.	290,737	101,927	275,565	520,062	589,724	419,348	305,679	399,225	30.6%	0.82%	4.63%	
17	20119194998	BAUMANN CROSBY SOCIEDAD ANONIMA	219,934	367,055	343,875	310,345	613,783	614,979	521,874	346,094	-33.68%	0.71%	6.69%	
18	20600080289	EL OLIVAR PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - EL OLIVAR PERU S.A.C.	0	0	0	0	0	170,920	431,212	313,930	-27.2%	0.65%	0.0%	
19	20600734416	ACEITUNAS RUMBO AUSTRAL E.I.R.L.	0	0	0	0	0	0	67,815	278,280	310.35%	0.57%	0.0%	
20	20449411553	AGROINDUSTRIAS INCA PERU EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - A.I.P. E.I.F	383,496	567,609	1,017,997	1,075,059	632,614	138,401	168,964	259,474	53.57%	0.53%	-5.43%	
21	20600277660	ZEOLIVAL SUR PERU E.I.R.L. - ZEOLIVAL E.I.R.L.	0	0	0	0	0	70,794	305,214	250,439	-17.95%	0.52%	0.0%	
22	20532621551	AGROLIVES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	0	179,916	175,080	0	103,520	0	142,914	226,313	58.36%	0.47%	0.0%	
23	20532898197	AGROINDUSTRIAS D'KASA S.A.C.	0	0	0	0	0	397,122	42,240	221,952	425.45%	0.46%	0.0%	
24	20532845158	AGRONEGOCIOS INTERNACIONALES JOSE S.R.L	0	0	182,552	129,874	148,186	198,579	234,875	203,738	-13.26%	0.42%	0.0%	
25	20520074458	ALIMENTOS DEL PACIFICO S.R.L	491,919	98,379	392,467	326,891	486,659	234,424	263,880	196,635	-25.48%	0.4%	-12.28%	
26	20532404291	ARMANO OLIVES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	1,136,090	959,635	628,917	775,076	1,658,379	20,300	226,858	185,304	-18.32%	0.38%	-22.82%	
27	20533050248	PORTAL DEL OLIVO S.A.C.	0	0	0	0	257,819	165,875	246,456	178,805	-27.45%	0.37%	0.0%	
28	20600055764	AGROINDUSTRIAS CARRASCO EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA- AGROINDU	0	0	0	0	0	145,450	151,500	130,035	-14.17%	0.27%	0.0%	
29	20533092161	OLIVOS SALINAS EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA -OLIVOS SALINAS E.I.R.L	0	0	0	86,400	158,400	201,600	108,800	128,000	17.65%	0.26%	0.0%	
30	20533188606	LAJAHAR IMPORTADORA EXPORTADORA E.I.R.L. - LAJAHAR IMPORT. EXPORT. E.I.R.L.	0	0	0	0	109,573	112,830	80,127	127,947	59.68%	0.26%	0.0%	
31	20533192891	AGROINDUSTRIAS VALLE VIDA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	0	0	0	0	178,400	210,896	219,212	124,539	-43.19%	0.26%	0.0%	
32	20600639766	AGROINDUSTRIAL BELEN DEL SUR EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA -AGRO	0	0	0	0	0	59,394	151,598	100,624	-33.62%	0.21%	0.0%	
33	20410542634	ALIMENTOS PROCESADOS DEL OLIVO E.I.R.L.	1,594,044	574,379	306,676	700,745	759,781	517,495	112,860	78,910	-30.08%	0.16%	-34.91%	
34	20410701295	SERVICAR EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	0	0	0	8,415	70,895	92,950	67,320	78,540	16.67%	0.16%	0.0%	
35	20533323589	SOCIEDAD AGRICOLA CAMPOS VERDES SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONS. LIMITADA - S.A. CAM	0	0	0	0	30,135	195,261	99,659	74,337	-25.41%	0.15%	0.0%	
36	20600329589	ESPECERIAS ANDINAS E.I.R.L. - ESP. ANDINAS E.I.R.L	0	0	0	0	0	143,225	379,130	55,825	-85.28%	0.11%	0.0%	
37	20533131248	EMPACADORA VALLE DE CINTO S.A.C.	0	0	0	107,744	16,584	88,129	18,912	48,633	157.15%	0.1%	0.0%	
38	20600948467	AGRO EXPORTACIONES MEGA PERU S.A.C.	0	0	0	0	0	0	116,731	43,436	-62.79%	0.09%	0.0%	
39	20533273891	YARADA NOBLE SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - Y.N. S.A.C.	0	0	0	0	0	0	12,410	41,020	230.54%	0.08%	0.0%	
40	20533206434	AGROINDUSTRIAS ORO VERDE SUR PERUANO E.I.R.L.	0	0	0	0	28,200	54,150	1,931,254	33,360	-98.27%	0.07%	0.0%	
41	20601402387	PRODUCTOS ALIMENTICIOS DE TACNA EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - P	0	0	0	0	0	0	5,616	22,440	299.57%	0.05%	0.0%	
42	20532848254	AGROINDUSTRIAS OLIVEPACK S.A.C.	0	0	0	0	35,000	0	36,288	18,654	-48.59%	0.04%	0.0%	
Total			13,804,413	11,608,689	14,361,813	19,278,558	24,867,001	20,415,026	23,440,628	25,749,089				

Fuente: ADEX DATA TRADE

Nota. Elaboración Propia