

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS INTERNACIONALES



**INFLUENCIA DE LA VUCE 2.0 COMO MECANISMO DE
FACILITACIÓN DE COMERCIO EN LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO
DE LA ZONA COMERCIAL, IMPORTADOR DEL RUBRO JUGUETES –
SPN 9503.00.99.00 Y 9503.00.10.00; TACNA, 2021**

TESIS

PRESENTADA POR:

BACHILLER, EVA MARÍA ESTHER CHALLCO QUISPE

ASESOR:

MAG. ROSA GABRIELA MORI FUENTES

Para Optar el título profesional de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

TACNA –PERU

2023

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS INTERNACIONALES



**INFLUENCIA DE LA VUCE 2.0 COMO MECANISMO DE
FACILITACIÓN DE COMERCIO EN LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO
DE LA ZONA COMERCIAL, IMPORTADOR DEL RUBRO JUGUETES –
SPN 9503.00.99.00 Y 9503.00.10.00; TACNA, 2021**

TESIS

PRESENTADA POR:

BACHILLER, EVA MARÍA ESTHER CHALLCO QUISPE

ASESOR:

MAG. ROSA GABRIELA MORI FUENTES

Para Optar el título profesional de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

TACNA –PERU

2023

DEDICATORIA

A Dios, por sustentarme todos estos años, por permitir que culmine mis estudios universitarios y darme las fuerzas para terminar este trabajo de investigación.

A mi familia, mis padres, María Quispe y Jorge Challco, y hermana, Gloria Challco, quienes siempre me motivan a seguir adelante, gracias por la oportunidad del estudio, y por confiar en mi persona.

A mi esposo Jhon Parisuaña, por su apoyo incondicional para alcanzar mis metas profesionales.

A mis amigos Oscar y Pamela quienes fueron parte del proceso, y están siempre allí aún después de la universidad, sé que puedo contar con ellos.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi asesora de tesis, Gabriela Mori, por haberme dedicado parte de su tiempo para el desarrollo satisfactorio de esta tesis. A los usuarios de la Zona comercial de Tacna por participar en este trabajo de investigación y darme la confianza de escucharlos.

Agradecer también a mis profesores de la universidad quienes me impartieron sus conocimientos y experiencias, las cuales son de ayuda para enfrentar los desafíos laborales y personales en esta vida.

RESUMEN

La presente investigación, tuvo como objetivo determinar cómo influye la plataforma de la VUCE versión 2.0 como mecanismo de facilitación del comercio en la satisfacción del usuario de la Zona Comercial, importador del rubro juguetes – SPN 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00; Tacna, 2021.

Se utilizó un diseño no experimental, transversal, de nivel explicativo, que se caracteriza por evaluar la relación de causa-efecto entre dos variables, en la que la VUCE como mecanismo de facilitación comercial genera influencia de forma significativa sobre la satisfacción de los usuarios, se utilizó un cuestionario estructurado, aplicado a los usuarios de la Zona Comercial, importador del rubro juguetes – SPN 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00; Tacna, 2021.

El análisis realizado nos permite comprobar que la influencia de la facilitación comercial en la satisfacción de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna sí es significativa. La plataforma VUCE 2.0 como mecanismo de facilitación comercial tiene un nivel óptimo; asimismo la satisfacción del usuario presenta un nivel moderado.

La investigación nos permite comprobar que existe una influencia significativa de la variable facilitación comercial en la variable satisfacción de los usuarios desde la percepción obtenida por los usuarios importadores de juguetes de la zona comercial de Tacna al realizar los trámites de permisos a través de esta plataforma, con un nivel de confianza del 95% de confianza.

Palabras clave: Facilitación comercial, Satisfacción del usuario, Zona Comercial.

ABSTRACT

The objective of this investigation was to determine how the VUCE version 2.0 platform influences as a trade facilitation mechanism in the satisfaction of the user of the Commercial Zone, importer of the toy category - SPN 9503.00.99.00 and 9503.00.10.00; Tacna, 2021.

A non-experimental, cross-sectional design was used, at an explanatory level, which is characterized by evaluating the cause-effect relationship between two variables, in which the VUCE as a commercial facilitation mechanism generates a significant influence on user satisfaction, A structured questionnaire was used, applied to the users of the Commercial Zone, importer of the toy category - SPN 9503.00.99.00 and 9503.00.10.00; Tacna, 2021.

The analysis carried out allows us to verify that the influence of commercial facilitation on the satisfaction of the users of the Tacna Commercial Zone is significant. The VUCE 2.0 platform as a trade facilitation mechanism has an optimal level; Likewise, user satisfaction presents a moderate level.

The investigation allows us to verify that there is a significant influence of the commercial facilitation variable on the user satisfaction variable from the perception obtained by toy importing users from the Tacna commercial area when carrying out the permit procedures through this platform. with a confidence level of 95% confidence.

Keywords: Commercial facilitation, User satisfaction, Commercial Zone.

ÍNDICE

DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
ÍNDICE	vii
LISTA DE TABLAS	x
LISTA DE FIGURAS	xii
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
1.1. Descripción del problema.....	17
1.2. Formulación del problema.....	23
1.2.1. Problema general	23
1.2.2. Problemas específicos	23
1.3. Objetivos de la investigación.....	24
1.3.1. Objetivo General	24
1.3.2. Objetivos específicos.....	25
1.4. Justificación e importancia de la investigación	25
1.4.1. Justificación.....	25
1.4.2. Importancia.....	26
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	28
2.1. Antecedentes relacionados con la investigación	28
2.1.1. Antecedentes internacionales	28
2.1.2. Antecedentes nacionales.....	29
2.1.3. Antecedentes locales	31
2.2. Bases Teórico – Científicas	33

2.2.1.	Facilitación Comercial.....	33
2.2.2.	Satisfacción del usuario.....	49
2.3.	Definición de términos básicos.....	66
2.4.	Sistema de Hipótesis.....	68
2.4.1.	Hipótesis General	68
2.4.2.	Hipótesis Específicas.....	68
2.5.	Sistema de Variables	69
2.5.1.	Operacionalización de las Variables	69
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA		71
3.1.	Tipo de Investigación	71
3.2.	Nivel de Investigación.....	71
3.3.	Diseño de la Investigación.....	71
3.4.	Población y Muestra del estudio.....	72
3.5.	Técnicas e Instrumentos de recolección de Datos	73
3.5.1.	Técnicas.....	73
3.5.2.	Instrumentos	73
3.6.	Procesamiento y análisis de información	73
CAPITULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN		75
4.1.	Validación y Confiabilidad de Instrumentos	75
4.1.1.	Validación.....	75
4.1.2.	Aplicación de coeficiente de Alpha de Cronbach	76
4.1.3.	Escala de valoración de las variables	79
4.2.	Tratamientos estadístico e interpretación de cuadros	82

4.3.	Resultados del trabajo de campo	82
4.4.	Comprobación de supuestos	107
4.4.1.	Prueba de normalidad para la variable facilitación comercial y satisfacción del usuario	107
4.5.	Contraste de hipótesis	109
4.5.1.	Contraste de hipótesis General	109
4.5.2.	Contraste de la primera hipótesis específica	112
4.5.3.	Contraste de la segunda hipótesis específica	114
4.5.4.	Contraste de la tercera hipótesis específica	117
4.5.5.	Contraste de la cuarta hipótesis específica	120
	CONCLUSIONES	124
	RECOMENDACIONES	126
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	128
	ANEXOS	1344

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de las variables.....	70
Tabla 2. Validación de expertos.....	75
Tabla 3. Medidas de consistencia e interpretación de coeficientes.....	76
Tabla 4. Alfa de Cronbach de la variable Facilitación Comercial.....	76
Tabla 5. Alfa de Cronbach de las dimensiones de la variable Facilitación Comercial..	77
Tabla 6. Alfa de Cronbach de la Variable Satisfacción del Usuario.....	78
Tabla 7. Alfa de Cronbach de las dimensiones de la variable Satisfacción del usuario..	79
Tabla 8. Escala de baremos para la variable Facilitación Comercial.....	80
Tabla 9. Escala de baremos para las dimensiones de la variable Facilitación Comercial.....	80
Tabla 10. Escala de baremos para la variable Satisfacción del Usuario.....	81
Tabla 11. Escala de baremos para las dimensiones de la variable Satisfacción del Usuario	81
Tabla 12. Descripción respecto al sexo, nivel de instrucción, distrito de residencia y edad de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.....	82
Tabla 13. Distribución porcentual según la variable Facilitación Comercial, respecto de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00	85

Tabla 14. Nivel de aspectos, institucionales y alcance, según los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.....86

Tabla 15. Nivel de contenido y estructura de los datos, según los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.89

Tabla 16. Nivel de marco legal, según los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.....92

Tabla 17. Nivel de arquitectura tecnológica, según los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00....

95

Tabla 18. Distribución porcentual según la variable Satisfacción del Usuario, respecto de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.98

Tabla 19. Nivel de rendimiento de la plataforma, según los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.....99

Tabla 20. Nivel de usabilidad, según los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00..... 101

Tabla 21. Nivel de servicio de soporte, según los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00. 103

Tabla 22. Nivel de automatización de procesos, según los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00..... 106

Tabla 23. Prueba de Kolmogorov-Smirnov, respecto a la variable y dimensiones:.....	
	108
Tabla 24. Resultados del del Modelo de regresión lineal de la hipótesis general (puntajes directos).....	110
Tabla 25. Coeficientes del modelo de regresión lineal de la hipótesis general.....	111
Tabla 26. Resultados del Modelo de regresión lineal de la primera hipótesis específica (puntajes directos).....	113
Tabla 27. Coeficientes del Modelo de regresión de la primera hipótesis específica.....	114
Tabla 28. Resultados del Modelo de regresión lineal de la segunda hipótesis específica (puntajes directos).....	116
Tabla 29. Coeficientes del Modelo de regresión de la segunda hipótesis específica.....	117
Tabla 30. Resultados del Modelo de regresión lineal de la tercera hipótesis específica (puntajes directos).....	119
Tabla 31. Coeficientes del Modelo de regresión de la tercera hipótesis específica.....	120
Tabla 32. Resultados del Modelo de regresión lineal de la cuarta hipótesis específica (puntajes directos).....	122
Tabla 33. Coeficientes del Modelo de regresión de la cuarta hipótesis específica.....	123

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Los principios de la Facilitación del Comercio.	37
Figura 2. Modelo de medición de desempeño de la VUCE de Uruguay.	39
Figura 3. Modelo de Indicadores OCDE para la Ventanilla Única: instantánea de muestra completa según regiones seleccionadas.	43
Figura 4. Procedimientos de la operatividad de la VUCE	48
Figura 5. Modelo Kano.	54
Figura 6. Modelo ACSI.	55
Figura 7. Modelo Servqual.	59
Figura 8. Principios de la calidad.	61
Figura 9. Descripción respecto al sexo, nivel de instrucción, distrito de residencia y edad de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00	84
Figura 10. Distribución porcentual según la variable Facilitación Comercial, respecto de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.	86
Figura 11. Nivel de aspectos, institucionales y alcance, según los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00	87
Figura 12. Nivel de contenido y estructura de los datos, según los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.	90
Figura 13. Nivel de marco legal, según los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.	93

Figura 14. Nivel de arquitectura tecnológica, según los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.

96

Figura 15. Nivel porcentual según la variable Satisfacción del Usuario, respecto de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.....98

Figura 16. Nivel de rendimiento de la plataforma, según los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00 100

Figura 17. Nivel de usabilidad, según los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00..... 101

Figura 18. Nivel de servicio de soporte, según los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00. 104

Figura 19. Nivel de automatización de procesos, según los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00. 106

INTRODUCCIÓN

La facilitación del comercio se ocupa de racionalizar y armonizar los procesos y flujos de información que intervienen en la importación y exportación de productos. Por lo tanto, se centra en minimizar el tiempo y los gastos necesarios para realizar negocios, es decir, eliminar los obstáculos en las fronteras. La facilitación del comercio sirve de catalizador para el crecimiento de la economía, el aumento de la competitividad global, la integración regional y la inserción estratégica de las naciones en desarrollo en las cadenas de valor. (CEPAL, s.f.)

El comercio y las inversiones internacionales tienden a fluir hacia las naciones que ofrecen mayor eficacia, ayuda y facilidades en un mercado mundial altamente competitivo. Al mismo tiempo, disminuyen rápidamente en las naciones que las empresas asocian con precios excesivos y burocracia. Las políticas y prácticas aduaneras no pueden aplicarse ni considerarse obstáculos al comercio. (Chile Aduanas, s.f.)

La Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE), gestionada por el MINCETUR, es una herramienta estratégica para facilitar el comercio internacional. Su importancia radica en la mejora de la cooperación entre los organismos públicos relacionados con el comercio internacional y en el fomento de la competitividad del sector del comercio internacional. (VUCE Perú, 2010)

El objetivo del presente estudio fue determinar la influencia que tiene la plataforma VUCE 2.0 como mecanismo de facilitación comercial en la satisfacción del usuario

de la Zona Comercial, importador del rubro juguetes – SPN 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00; Tacna, 2021.

El proyecto de investigación consta de cuatro capítulos:

El planteamiento del problema se menciona en el primer capítulo de este trabajo. Incluye una descripción de la investigación, así como la formulación, su justificación, y finalmente los objetivos y las hipótesis.

Los fundamentos teóricos y el contexto del trabajo de investigación, se exponen en el segundo capítulo, denominado marco teórico conceptual de la investigación, estos se basan en la naturaleza y comportamiento de las variables examinadas. Por último, el segundo capítulo concluye con las definiciones de los conceptos básicos.

El marco metodológico se construye en el tercer capítulo y se refiere al tipo y el diseño de investigación, la población y la muestra, así como las técnicas y metodologías utilizadas para la recogida de datos, su tratamiento y la interpretación de los resultados.

El cuarto capítulo muestra los resultados estadísticos que se presentan en tablas y gráficos estadísticos, junto con las comprobaciones pertinentes de las hipótesis del estudio.

Por última parte, se dan a conocer las conclusiones, las recomendaciones y la bibliografía pertinente, junto con los anexos esenciales que se emplearon en la ejecución de este proyecto de investigación.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción del problema

En el ecosistema actual, la eficacia de las operaciones de exportación e importación es crucial para el desarrollo de una nación, ya que son esenciales para el desarrollo de la economía mundial. La OMC afirma que los procedimientos engorrosos y los retrasos burocráticos ponen en desventaja a los comerciantes que se dedican al comercio transfronterizo de mercancías. Por ello, la facilitación del comercio -la agilización, modernización y armonización de los procedimientos de exportación e importación- ha cobrado importancia en el sistema comercial mundial.

En consecuencia, la capacidad de un país para incorporarse a una cadena de fabricación mundial sin fisuras o quedar excluido de una parte importante del comercio internacional puede depender de la rapidez y el bajo coste con que pueda realizar intercambios comerciales. Además, la facilitación del comercio puede dar tanto al comercio internacional como a la economía mundial un impulso significativo frente a la desaceleración del comercio mundial. En términos de gestión comercial, este esfuerzo requiere la adopción de técnicas y procedimientos contemporáneos en los que intervengan numerosas instituciones distintas de la solamente aduanas.

En el Perú, en el 2003, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) promovió la aplicación del Plan Estratégico Nacional de Exportación (PENX), con un plazo de 10 años hasta 2013. La facilitación del comercio

internacional era una de las áreas temáticas cubiertas por el PENX, y uno de los pasos a dar era la implantación de ventanillas únicas para todos los procedimientos.

La VUCE fue creada por el Decreto N° 165-2006-MEF en el año 2006, el cual le otorgó rango de Ley, mediante la Primera Disposición Complementaria del Decreto Legislativo N° 1036. La ejecución del proyecto inició en el 2008, iniciando procesos en el 2010 con las operaciones del componente de Mercancías Restringidas.

La VUCE se conceptualiza como un sistema integral que permite a las partes implicadas en el comercio exterior y el transporte internacional gestionar electrónicamente los procedimientos de tránsito requeridos por la entidad competente de acuerdo con la normativa vigente o exigida por las partes, y el ingreso y salida de mercancías (VUCE, 2021).

Mediante el componente de Mercancías Restringidas de la VUCE podemos realizar los trámites administrativos relacionados con la obtención de registros, permisos, licencias y otras autorizaciones de las numerosas entidades públicas que regulan la entrada, salida o tránsito de productos restringidos en el territorio nacional.

Los trámites que han sido incluidos en la VUCE por Resolución Ministerial del MINCETUR son aquellos que pueden realizarse a través de esta plataforma.

El componente Mercancías Restringidas cuenta en la actualidad con 15 entidades gubernamentales de control incorporadas, dentro de ellas está la DIGESA (Dirección General de Salud) que emite documentos resolutivos a las mercancías

restringidas en el rubro de alimentos y bebidas, juguetes y útiles de escritorio, desinfectantes y plaguicidas, entre otros.

Actualmente la Dirección General de Salud Ambiental mantiene incorporado a la VUCE, 24 procedimientos administrativos, de los cuales 3 de ellos pertenecen al rubro de importación de juguetes y útiles de escritorio.

- TUPA 39: Registro, Renovación, Ampliación de actividades y Modificación de datos para la Fabricación, Importación, Comercialización y Distribución de Juguetes y/o Útiles de Escritorio
- TUPA 41: Autorización Sanitaria para la importación de Juguetes y/o Útiles de Escritorio
- TUPA 42: Copia Certificada de Autorización Sanitaria de Juguetes y/o Útiles de Escritorio.

Del total de operaciones de Mercancía Restringida realizadas en el 2020 a través de la VUCE, la región de Tacna integra el 3.95% del total de trámites (SUCE) realizados. Encontrándose Tacna dentro de las 10 regiones que más trámites gestionaron mediante esta plataforma.

Dentro de los administrados de esta plataforma se encuentran los usuarios importadores de juguetes de la zona comercial de Tacna, quienes vienen gestionando los diferentes trámites de procedimientos administrativo para la obtención del registro, Autorización Sanitaria y copia certificada de Autorización Sanitaria, que según ZofraTacna de acuerdo al Capítulo XX, sección 95 son las Subpartidas Nacionales 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00 (que contemplan mercancía restringida) las que

presentaron mayor movimiento de Salida hacia la Zona Comercial en los tres últimos años.

De acuerdo a la LEY N° 28376 - Ley que prohíbe y sanciona la fabricación, importación, distribución y comercialización de juguetes y útiles de escritorios tóxicos o peligrosos, D.S. N° 008-2007-SA y su modificatoria D.S. N° 012-2007-SA, detalla los requisitos para la importación de juguetes comprendidos en la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00 que presentan restricciones para su ingreso.

Según el Artículo 19° de la Ley N°28376, los requisitos fundamentales para autorizar la importación de juguetes y útiles de escritorio se presentarán a la Mesa de Partes de la Dirección General de Salud Ambiental – DIGESA, los que se detallan a continuación:

- Original y copia simple de la solicitud del importador en forma de declaración jurada, dirigida al Director General, en la que conste el nombre del importador, razón social, Registro Único de Contribuyentes-R.U.C. y lugar de residencia, así como la descripción del producto, marca, modelo, códigos, nombre del fabricante, país de origen, número de factura, número de lote y cantidad del producto a importar.
- Copia simple del Registro como importador de juguetes y/o útiles de escritorio.
- Original o copia legalizada del Certificado o Informe de Ensayo de Composición correspondiente con traducción libre, otorgado por un Laboratorio acreditado por INDECOPI, Laboratorios acreditados por entidades internacionales, Laboratorio de la Autoridad competente - DIGESA,

o Laboratorio acreditado ante la Autoridad sanitaria u otra entidad acreditadora del país donde se realizó el Ensayo, debiendo contener lo siguiente:

- Título del Ensayo.
- Nombre y Dirección del Laboratorio que realiza el Ensayo.
- Nombre y dirección del que solicita el ensayo.
 - Identificación del método realizado.
 - Descripción, estado e identificación, sin ambigüedades, del objeto u objetos sometidos a ensayo.
 - Fecha de recepción de muestras a ensayar.
 - Resultados del Ensayo con sus unidades de medida.
 - Firma del profesional que ha realizado el Ensayo.
 - Declaración que los resultados se refieren sólo al objeto (s) ensayado (s).
 - Condiciones ambientales que puedan influir en los resultados.
 - Copia simple del rotulado y etiquetado del producto a importar, la misma que deberá contener el número de Registro de importador.
- Constancia de pago por el derecho de trámite.

Siendo así que, para el cumplimiento de los requisitos de importación, el usuario importador de la Zona Comercial de Tacna, debía apersonarse a DIRESA TACNA para gestionar el trámite de Autorización Sanitaria, esto fue permitido hasta el 2019, y hasta el año pasado del 2020, solicitar el Registro Nacional de Importador o solicitar la renovación, era también de forma presencial, incurriendo una demora en hacer colas y horarios limitados para la gestión de trámites.

Desde que entra en funcionamiento la VUCE, facilita la obtención de requisitos de forma electrónica como lo es la Autorización Sanitaria comprendida en el TUPA 41 formato DGS014 “Autorización Sanitaria para la importación de Juguetes y/o Útiles de Escritorio”, y el TUPA 42, formato DGS023 que permite solicitar la “Copia Certificada de Autorización Sanitaria de Juguetes y/o Útiles de Escritorio”, el primero con un costo de s/555.9 y el segundo emitido de forma gratuita por la DIGESA, logrando así que el usuario importador pueda realizar los trámites de solicitudes desde un solo portal y de manera virtual.

Una vez tramitado correctamente el formulario electrónico de Solicitud Única de Comercio Exterior (VUCE) y abonadas las tasas administrativas que correspondan, se iniciará el procedimiento administrativo y se asignará un número de expediente administrativo designado con el número VUCE. El expediente electrónico contiene anexos para cada uno de los pasos de un procedimiento administrativo iniciado mediante la VUCE.

Actualmente en la versión VUCE 2.0 ya se encuentra incorporada la DIRESA TACNA, con la aprobación de la Resolución Ministerial N° 263-2020-MINCETUR sobre “Aprueban relación de procedimientos administrativos y servicios de la Dirección Regional de Salud Tacna DIRESA Tacna del Gobierno Regional de Tacna” para su trámite mediante la plataforma de la Ventanilla Única de Comercio Exterior – VUCE añadiendo dos procedimientos administrativos y un requerimiento de información a modo de servicio, los cuales son: el TUPA 80 que permite el Registro para la Fabricación, Importación, Comercialización y Distribución de Juguetes y/o útiles de Escritorio, con un costo de s/127.6 y un plazo de 5 días hábiles y el TUPA

82 que permite la Renovación de Registro para la Fabricación, Importación, Comercialización y Distribución de Juguetes y/o útiles de Escritorio, con un costo de s/88.9 y un plazo de 05 días hábiles, logrando así realizar los trámites de forma virtual, las 24 horas del día, sin embargo la DIRESA Tacna continúa apoyando a los nuevos usuarios, guiándolos e instruyéndolos para el correcto uso de esta plataforma.

Los actos administrativos tramitados mediante la plataforma de la VUCE son igualmente válidos y jurídicamente vinculantes que los realizados de la forma convencional, entonces es necesario analizar si la Plataforma de la VUCE está o no siendo una herramienta de facilitación comercial, esto se analizará desde la percepción del usuario importador de juguetes de la zona comercial de Tacna al momento de realizar sus solicitudes de trámites a través de la VUCE, en relación con las facilidades que espera y que realmente recibe.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cómo influye la Ventanilla Única de Comercio Exterior, versión 2.0 como mecanismo de facilitación del comercio en la satisfacción de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00?

1.2.2. Problemas específicos

- a) ¿Cómo influye los aspectos institucionales y alcance de la VUCE, versión 2.0, en la satisfacción de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00?

- b) ¿Cómo influye el contenido y estructura de los datos de la VUCE, versión 2.0, en la satisfacción de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00?

- c) ¿Cómo influye el marco legal de la VUCE, versión 2.0, en la satisfacción de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00?

- d) ¿Cómo influye la arquitectura tecnológica de la VUCE, versión 2.0, en la satisfacción de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo General

Determinar la influencia de la Ventanilla Única de Comercio Exterior, versión 2.0 como mecanismo de facilitación del comercio en la satisfacción de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.

1.3.2. Objetivos específicos

- a) Establecer la influencia de los aspectos, institucionales y alcance de la VUCE, versión 2.0, en la satisfacción de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.

- b) Determinar la influencia del contenido y estructura de los datos de la VUCE, versión 2.0, en la satisfacción de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.

- c) Determinar la influencia del marco legal de la VUCE, versión 2.0, en la satisfacción de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.

- d) Establecer la influencia de la arquitectura tecnológica de la VUCE, versión 2.0, en la satisfacción de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.

1.4. Justificación e importancia de la investigación

1.4.1. Justificación

La presente investigación se justifica según su relevancia teórica, práctica y metodológica.

De este modo en un primer plano a nivel teórico, con la implementación del estudio se logra mayor conocimiento referente a los conceptos y teorías de la facilitación comercial, a partir del análisis de la VUCE implementada en la región Tacna, y la evaluación de la satisfacción de los usuarios, permitiendo ampliar los conocimientos referentes a estos, y con ello entender de forma más precisa el comportamiento de estos modelos aplicados en la realidad.

En el plano práctico, gracias a la investigación es posible identificar cuál es el funcionamiento de la VUCE en la región Tacna, y con ello establecer cuáles son las necesidades de mejora que requiere este sistema, con la finalidad que por medio de la Zofratacna y el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, se determinen acciones que logren mejorar dicha operatividad a favor de impulsar las operaciones de comercio exterior, en beneficio principalmente de los usuarios de la región.

En un nivel metodológico, a la investigación representa un primer antecedente de estudio de la operatividad de la VUCE en la región Tacna, por lo que trasciende como un importante antecedente para abordar futuras investigaciones que requieran evaluar este sistema, ofreciendo de este modo una importante información secundaria de abordaje de nuevas problemáticas.

1.4.2. Importancia

La investigación es sumamente importante debido a que brindará un panorama de la efectividad del sistema, sensibilizando sobre la necesidad de su uso, como

también sobre la necesidad que entidades gubernamentales tomen medidas para lograr un mejor alcance, y más aún considerando que hoy en día a raíz de la pandemia de la covid-19, contar con plataformas de este tipo puede permitir la agilización de procesos, contribuyendo indudablemente a la digitalización del sistema de gobierno.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes relacionados con la investigación

2.1.1. Antecedentes internacionales

Cruz (2012), sustentó la tesis titulada El rol de las aduanas Pedro de Alvarado de Guatemala y la Hachadura en El Salvador, como facilitadoras del comercio internacional, para optar el grado académico de Licenciado en Relaciones Internacionales para la Universidad de San Carlos de Guatemala. El objetivo del trabajo fue conocer los obstáculos a los que se enfrentan exportadores e importadores en el paso de las aduanas Pedro de Alvarado de Guatemala y La Hachadura en El Salvador. La metodología empleada fue la investigación bibliográfica y documental. El autor concluye que en las aduanas Pedro de Alvarado y La Hachadura, a partir del 2001 se han agregado e implementado conexiones de sistemas informáticos y electrónicos para la autorización de trámites aduaneros para facilitar la entrada y salida de mercaderías, y dicha información se digita para la previa autorización, lo que permite reducir los tiempos para su paso entre las fronteras, en caso que el sistema asigne canal verde, el tiempo de trámite ha sido reducido a 15 minutos promedio y en el caso que se asignase canal rojo, el tiempo de trámite se reduce también a una hora, estos trámites y tiempos van dependiendo del tipo de mercancía a ser revisada, por otro lado se redujeron también los trámites aduaneros y migratorios, con el objetivo de lograr el paso expedito de personas, bienes y vehículos.

Reyes (2014) presentó la tesis denominada “*Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la Asociación Share, sede Huehuetenango*” para conferírsele el título de Administradora de Empresas en el Grado Académico de Licenciada para la Universidad Rafael Landívar. El objetivo del trabajo fue determinar si la calidad del servicio aumenta la satisfacción del cliente en la Asociación SHARE, sede Huehuetenango. La metodología que se empleó fue experimental, la población del estudio se compuso por los clientes y el personal que conforma la asociación SHARE sede Huehuetenango, siendo el total del personal 11 colaboradores y 1 coordinador, en cuanto a los clientes la población total es de 200. El tamaño de muestra del número de clientes fue de 100 clientes y del número de colaboradores a 11, a quienes se les aplicó la encuesta y al coordinador se le realizó una entrevista. Para el proceso de recolección de datos se utilizó la encuesta y entrevista, y como instrumento el cuestionario. El estudio concluye que al realizar el análisis de resultados se procedió a comprobar la hipótesis operativa, por tanto la investigación verifica que la calidad del servicio representa un aumento de la satisfacción del cliente en la Asociación SHARE, sede Huehuetenango, consecuentemente se mejoró el crecimiento integral de la Asociación, por tanto genera que el colaborador esté dispuesto a ofrecer un servicio de calidad para la satisfacción del cliente.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Gonzales (2018), presentó la tesis titulada “*Relación de la calidad de servicio logístico, satisfacción y la lealtad del cliente a los agentes de carga marítimo Puerto Callao 2018 - Telefonía celular*”, para la obtención del Título Profesional de Licenciado en International Business para la Universidad San Ignacio de Loyola. El

objetivo de la investigación fue determinar si existe un impacto entre la calidad de los servicios logísticos del agente de carga y la satisfacción y lealtad de las empresas que importan teléfonos móviles vía marítima del puerto del Callao 2018. Se empleó la metodología de tipo cuantitativo correlacional, nivel no experimental, diseño transaccional correlacional, método cuantitativo, enfoque cuantitativo, con una población de 36 empresas importadoras siendo el tamaño de muestra igual a la población total, con una población efectiva de 34 empresas importadoras que respondieron al cuestionario. El estudio concluye que la investigación presenta resultados que confirman el impacto significativo entre la calidad del servicio logístico y la satisfacción y lealtad, tales variables fueron comprobados por medio de los análisis de (Rho Spearman, KaiserMeyer- Olkin (KMO)). Siendo así que, se comprobó la hipótesis propuesta.

Rosas (2014), sustentó una investigación denominada “*Impacto de la facilitación del comercio sobre los flujos comerciales del Perú con los miembros del APEC*”, para optar el grado de Magíster en Economía para la Pontificia Universidad Católica del Perú. El objetivo de la investigación fue evaluar el impacto de las medidas de facilitación del comercio en los flujos comerciales en los países del Perú y APEC. La metodología empleada fue a través de un Modelo Gravitacional, nivel empírico, según el método de Análisis Factorial de Componentes Principales (ACP). El estudio concluye que el impacto de las medidas de facilitación comercial sobre los flujos comerciales mediante un modelo gravitacional del comercio logra un impacto significativo entre los flujos comerciados por el Perú y los países del APEC, con una influencia significativa en los productos no tradicionales. Los artículos primarios,

como los productos mineros, tienen un impacto menor, ya que su naturaleza de materias primas da lugar a una demanda inelástica de los mismos.

Pilco (2008) desarrolló una investigación titulada *“La gestión aduanera en el Puerto del Callao como instrumento de facilitación del comercio”* para la obtención del grado de Magíster en Economía con mención en Comercio Exterior para la Universidad Mayor de San Marcos. El objetivo de la investigación fue demostrar que las prácticas aduaneras actuales en el puerto del Callao, como herramienta de facilitación comercial presentan características que limitan el libre flujo de mercancías y por ende el crecimiento del comercio exterior. Para el presente estudio se empleó la metodología de tipo explicativo, diseño no experimental, la población del estudio estuvo conformada por las 23 Administraciones Aduaneras en el Perú y la muestra fue la Administración de Aduanas del Puerto del Callao. La investigación concluye que la gestión aduanera marítima ha acopiado algunas de las mejores prácticas aduaneras a nivel global, logrando mejoras en la calidad del servicio reduciendo tiempo y costos en la operación del despacho aduanero, de acuerdo a los indicadores presentados en la investigación se analiza que un mediano desempeño en la gestión aduanera de la Aduana del Callao implica dificultades en los exportadores para competir en mercados internacionales y una eficaz gestión aduanera genera una reducción en costos de logística referente al tiempo en tramitología del comercio exterior.

2.1.3. Antecedentes locales

Flores (2018) expuso una investigación denominada *“Proceso Administrativo y su Relación con la Satisfacción de los Usuarios del OSIPTEL en los Servicios de*

Telecomunicaciones en el Distrito de Tacna 2018” para optar el grado de Licenciada en Administración de Negocios de Internacionales para la Universidad Privada de Tacna. El objetivo de la investigación fue determinar la relación del proceso administrativo con la satisfacción del usuario del OSIPTEL respecto a los servicios de telecomunicaciones en el distrito de Tacna. Se empleó una metodología de tipo correlacional, el tipo de investigación fue pura, no experimental y transeccional, se utilizó un diseño correlacional, con una población conformada por 3,290 usuarios y una muestra conformada por 120 usuarios, se empleó la técnica de la encuesta y el cuestionario como instrumento aplicado. La investigación concluyó en la existencia de una relación significativa entre el proceso administrativo y la satisfacción del usuario del OSIPTEL, percibida desde la impresión del servicio de telecomunicaciones en el Distrito de Tacna, con un grado del 95% de confianza.

i. Molero (2018) presentó la tesis titulada *“La puntualidad en la Administración pública y su relación con la satisfacción de los usuarios de la municipalidad provincial de Tacna, año 2017”* para la obtención del grado académico de Maestro en Ciencias con mención en Gerencia Pública para la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann. El propósito de este estudio fue determinar la relación entre la puntualidad en la Administración Pública y la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Provincial de Tacna, año 2017. Se empleó una metodología de tipo pura o básica, el diseño fue no experimental, con nivel correlacional. La investigación contempló una población económicamente activa de 80 070 ciudadanos del distrito de Tacna, y el tamaño de muestra determinada fue de 383 ciudadanos. La técnica utilizada fue la encuesta y como instrumento se utilizó el cuestionario. Según los hallazgos del estudio, la puntualidad de la administración

pública incide significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Tacna en el año 2017. Por tanto, se comprueba que existe una correlación moderada.

2.2. Bases Teórico – Científicas

2.2.1. Facilitación Comercial

La Facilitación Comercial es un concepto que hace referencia al movimiento de bienes del comercio internacional el cual es realizado de forma eficiente, y tiene que ver con cuestiones de transparencia de aduanas, regulación ambiental y armonización de estándares regulatorios. (2017)

Jaén (2010), sostiene que la facilitación del comercio hace referencia a aspectos relacionados con un entorno más predecible, seguro y eficiente del comercio internacional, mediante la simplificación, estandarización y armonización de los procedimientos formales administrativos.

Así mismo, según la Organización Mundial del Comercio (s.f.), indica que la facilitación del comercio es la simplificación y armonización de los procedimientos comerciales internacionales, y esto implica una recopilación, presentación, comunicación, elaboración de datos y otra información necesaria para el tránsito de mercancías del comercio internacional.

Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), citado por ICC México (s.f.), menciona que la facilitación comercial

compone la racionalización y simplificación de los procesos en el comercio internacional con el objetivo de agilizar el flujo de las mercancías y el comercio en un nivel nacional como internacional.

Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (s.f.), define que la facilitación del comercio tiene relación con la simplificación y armonización de procedimientos y flujos de información ligados con la importación y exportación de bienes. De la misma forma, tiene su énfasis en la reducción del tiempo y costo de las transacciones comerciales, entendiéndose en eliminar las barreras en las fronteras.

Según la Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), citado por ICC México (2017), menciona que las medidas que agilizan las transacciones comerciales y logren un ahorro de tiempo como de gastos de procedimientos, son medidas que pertenecen a la categoría de facilitación del comercio. Estas medidas pueden lograrse mediante procedimientos y operaciones más eficientes como al eliminar prácticas o formalidades administrativas redundantes que generan carga y pérdida económica.

Por lo que la facilitación del comercio propone 3 medidas como: la estandarización de formalidades, procedimientos y documentos en las transacciones comerciales internacionales; así como agilizar el despacho de mercancías mediante mejoras de los servicios aduaneros, marco normativo, infraestructura del transporte y comunicaciones que hacen uso de herramientas de tecnología de la información por parte de los proveedores de servicios y de los usuarios, la indagación de la información referente al comercio exterior y su divulgación a las partes interesadas.

Según la Organización Mundial de Aduanas (OMA), citado por ICC México (2017), considera que la facilitación del comercio concierne la eliminación de restricciones superfluas al comercio. Y esto se puede lograr mediante la aplicación de técnicas y tecnología moderna que mejora la calidad de control de forma armonizada en un ámbito internacional.

Según la APEC, citado por Rosas (2014), la facilitación del comercio es una piedra angular para la misión y actividades del Foro Económico, por lo que el APEC propone medidas relacionadas con el acceso a la información, la transparencia y predictibilidad de los procesos, la armonización en la estructura de aranceles, la simplificación, la automatización de documentos, la estandarización de formatos digitales, la adopción de principios de valoración de la OMC, procedimientos de apelación, el manejo de riesgos, los envíos rápidos, y la importación temporal. Siendo así que la facilitación del comercio vincularía la capacidad institucional junto a la normativa de los países miembros, dependiendo también de otros factores físicos como infraestructura de carreteras, puertos, aeropuertos y otros servicios.

Según Wilson, Mann y Otsuki (2003), indican que la facilitación del comercio hace referencia a la logística para el despacho de mercancías mediante las aduanas, así como de las prácticas más eficientes empleados en los procedimientos documentarios aduaneros. Además, la introducción a la armonización de estándares internacionales para las aduanas.

2.2.1.1. Modelos teóricos

a) Modelo de Centro de Facilitación del Comercio y de las Transacciones Electrónicas de las Naciones Unidas (CEFACT/ONU)

De acuerdo al Modelo del CEFACT/ONU para la facilitación del comercio, el principal objetivo es lograr una reducción de los costos del comercio transfronterizo agilizando los procedimientos y garantizando la seguridad y protección. Incidiendo en su enfoque, el modelo hace referencia a los trámites, los procedimientos, el intercambio de información, y la documentación requerida entre los actores de la cadena de suministro, y según el Centro de Facilitación del Comercio y de las Transacciones Electrónicas de las Naciones Unidas (CEFACT/ONU) la facilitación del comercio comprende 4 pilares fundamentales, los cuales son los siguientes: (2012)

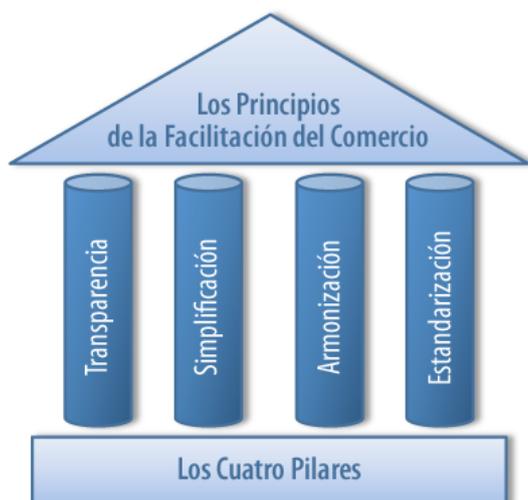
- La transparencia, que tiene como objetivo promover la apertura y rendición de cuentas de un gobierno u organización. Esto implica el acceso fácil y rápido de información que se debe brindar al público. La información publicada puede incluir leyes, reglamentaciones y decisiones gubernamentales o administrativas de aplicación general, presupuestos, decisiones sobre adquisiciones y reuniones, entre otros. Esta información importante debe ser divulgada y difundida, antes de la entrada en vigor para que los actores pueden realizar observaciones o cambios necesarios. También se debe convocar a los administrados y público en general para que sean partícipes del proceso legislativo para expresar su perspectiva ante de la promulgación.
- La simplificación, es el proceso por el cual se busca evitar las duplicaciones innecesarias de documentación, formalidades y procedimientos en el comercio exterior, por lo que se debe hacer analizar la situación actual del proceso.

- La armonización, que se refiere a la unión de los procedimientos y operaciones documentarias de ámbito nacional los cuales contemplan los tratados, convenios, estándares y prácticas internacionales Para ello un gobierno puede adoptar e implementar las mismas medidas y estándares de otros países miembros para la integración regional o como parte de una decisión de comercio.
- La estandarización, que contempla el desarrollo de unos formatos para la aplicación de procedimientos, documentos y prácticas internacionales acordadas entre los actores del comercio. La estandarización es utilizada para la alineación y armonización de las prácticas y métodos.

Para lograr la aplicación de estos principios es necesaria la cooperación entre los actores del comercio como el gobierno y sus entidades competentes junto a los empresarios.

Figura 1.

Los principios de la Facilitación del Comercio



Nota. Naciones Unidas (2012)

b) Modelo de VUCE de Uruguay

En el año 2011 se dio inicio el proyecto de creación de una VUCE en Uruguay, esto formaba parte de su proceso de modernización aduanera, los elementos claves para el proyecto fueron el definir los objetivos y la misión que se lograrían con esta novedosa plataforma de facilitación comercial.

Se creó un Cuadro de Mando Integral (CMI) para medir el progreso frente a las metas propuestas. Este gráfico toma la inspiración en una metodología desarrollada por Robert Kaplan y David Norton a principios de la década de 1990 para ayudar a comprender la estructura y composición de las estrategias y medir el desempeño y los resultados organizacionales. Por ese motivo, los objetivos estratégicos se agrupan según distintas perspectivas o áreas organizacionales. Luego, para cada perspectiva, se definen metas u objetivos específicos y se identifican Indicadores Clave de Desempeño (KPI) para que se pueda monitorear el logro de las metas.

Se utilizaron cinco puntos de vista para clasificar los objetivos específicos: facilitación, control, articulación, gobierno electrónico y características institucionales. Cada objetivo tenía en cuenta las expectativas de las partes implicadas en su consecución. Mientras tanto, se utilizaron una serie de normas para garantizar la identificación de los KPI aceptables, asegurando su utilidad y coherencia con el CMI. (Thorrens, 2020).

- *Facilitación:* La aprobación de documentos no será un cuello de botella para las operaciones porque los operadores estarán habilitados para emitir todos los documentos de manera electrónica en tiempos cortos y predecibles y con bajos costos.

- *Control:* El control de las operaciones será eficiente (por medio de la reducción de recursos afectados a la tarea) y efectivos (focalizándose en controles de alto nivel)
- *Articulación:* La VUCE será reconocida como un articulador para la comunidad, integrando y ofreciendo soluciones para todos los actores, y liderando la región en términos de interoperabilidad, nuevos proyectos y tecnologías.
- *Gobierno Electrónico:* La VUCE es un proyecto de gobierno electrónico, por lo cual debe estar alineado con la estrategia nacional de gobierno electrónico, ofreciendo alta disponibilidad, accesibilidad y alta usabilidad.
- *Aspectos Internos:* La VUCE tiene una estructura fuerte con un equipo comprometido con los valores de la organización, autosustentable y legalmente habilitado para asegurar su permanencia más allá la voluntad política.

Figura 2.

Modelo de medición de desempeño de la VUCE de Uruguay

Perspectiva	Objetivo	Indicadores	Línea Base	2018	2020
FACILITACIÓN	Aprobación de documentos no será un cuello de botella para las operaciones porque los operadores estarán habilitados para emitir todos los documentos de manera electrónica en tiempos cortos y predecibles y con bajos costos.	Tiempo de aprobación por documento	34	22,5	18
		Costo por documento	26	24	12
		% de operaciones que utilizan documentos de la VUCE	21%	43%	80%
		% de licencias, permisos, certificados u otros con SLA	0%	0%	50%
CONTROL	Control de las operaciones será eficiente (por medio de la reducción de recursos afectados a la tarea) y efectivos (focalizándose en controles de alto nivel)	Horas dedicadas por documento	12	11	8
		% de campos controlados automáticamente	10%	12%	15%
		% de documentos usando análisis de riesgo	0%	0%	0%
		% de funcionarios capacitados	22%	24%	50%
ARTICULACIÓN	VUCE será reconocida como un articulador para la comunidad, integrando y ofreciendo soluciones para todos los actores, y liderando la región en términos de interoperabilidad, nuevos proyectos y tecnologías.	% de interesados que reconocen a la VUCE como articulador en encuesta	37%	47%	50%
		Satisfacción de los clientes en encuesta	3,7	3,9	3,9
		Número de proyectos liderados por la VUCE	0	1	2
		Número de proyectos liderados en la región	0	1	2
GOBIERNO ELECTRÓNICO	VUCE es un proyecto de gobierno electrónico, por lo cual debe estar alineado con la estrategia nacional de gobierno electrónico, ofreciendo alta disponibilidad, accesibilidad y alta usabilidad	% de estándares logrados	0%	58%	100%
		Disponibilidad		99,7%	99,9%
		Satisfacción del clientes (usabilidad) en encuesta	3,2	3,4	3,8
ASPECTOS INTERNOS	VUCE tiene una estructura fuerte con un equipo comprometido con los valores de la organización, autosustentable y legalmente habilitado para asegurar su permanencia más allá la voluntad política	% cumplimiento del plan de construcción del equipo	0%	75%	100%
		Horas de capacitación para el equipo	30	120	150
		% cumplimiento del plan legal	20%	60%	100%
		% del presupuesto cubierto por ingresos	0%	43%	80%

Nota. Thorrens (2020)

c) Modelo de Indicadores de Evaluación para las Ventanillas Únicas en la facilitación comercial según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).

La OCDE ha creado cinco indicadores específicos para evaluar el nivel de aplicación de las VUCE. Estos indicadores son un recurso útil para comprender la construcción y el funcionamiento de estos instrumentos.

Los indicadores contemplan los siguientes aspectos para evaluar la implementación de la VUCE: (A) los aspectos institucionales y su alcance; (B) el contenido y estructura de los datos; (C) el marco legal; (D) la arquitectura tecnológica y su alcance; y (E) la interoperabilidad (OCDE, 2018)

- **Aspectos institucionales y alcance:**

El indicador A (aspectos institucionales y alcance) monitorea el progreso hacia la construcción de una ventanilla única integral en dos dimensiones amplias: el número de entidades públicas y privadas incluidas, y su relevancia e impacto; y el funcionamiento y la eficacia de la ventanilla única en relación con la estructura, la financiación y la gama de servicios ofrecidos. El éxito final de una ventanilla única depende fundamentalmente de la participación, el compromiso y la disposición de las partes para garantizar que el sistema se convierta en una característica habitual de sus procesos comerciales. Una instantánea de todas las economías encuestadas muestra que, en todos los sistemas encuestados, los desafíos clave se encuentran en:

- el alcance de las transacciones comerciales cubiertas por la ventanilla única;

- incorporación de funcionalidades que permitan el cálculo y pago de los derechos, impuestos y tasas correspondientes;
- mecanismos para la coordinación de controles e inspecciones (distintos de los controles de documentos) por parte de varias agencias gubernamentales; y
- integral de la cobertura de las agencias fronterizas y los requisitos reglamentarios relacionados.

- **El contenido y estructura de los datos**

El indicador B (contenido y estructura de los datos) cubre el uso de datos en la ventanilla única el grado de armonización destinado a minimizar la repetición y los costos; la contribución de la ventanilla única a la reducción de trámites duplicados o innecesarios relacionados con los datos; y la interactividad de la Ventanilla Única y su apoyo a los procedimientos virtuales y sin papel. La exhaustividad, la estabilidad y el cumplimiento de las normas internacionales para el intercambio electrónico de datos deben orientar la selección de estándares de datos dentro de una ventanilla única. En toda la gama de economías encuestadas, los desafíos clave relacionados con los datos se encuentran actualmente en:

- procesamiento totalmente electrónico de transacciones de importación, exportación y tránsito;
- uso por todas las agencias gubernamentales de los datos presentados a través de la ventanilla única, en lugar de requerir presentaciones por separado;
- un conjunto de datos común que cubra los datos de importación, exportación y tránsito de todos los organismos implicados; y

- compatibilidad de los requisitos de datos, diseño y planes de trabajo de la ventanilla única con los de otras plataformas de gestión de fronteras y usuarios.

- **Marco legal**

El indicador C (marco legal) analiza la eficacia con la que la ventanilla única aborda la privacidad y la confianza, la protección de datos, la definición de responsabilidades y la resolución de disputas. La creación de las condiciones legales habilitantes es una de las tareas clave para las economías que establecen una ventanilla única o buscan intercambiar información con otras ventanillas únicas. Este es un proceso complejo, que requiere una revisión exhaustiva de las prácticas existentes que rigen el flujo de información relacionada con el comercio, y cambios y aclaraciones en el proceso de intercambio de datos y las leyes y regulaciones relacionadas. La implementación es más desafiante en las siguientes áreas:

- disponibilidad de recurso en caso de disputa con el proceso de ventanilla única;
- limitaciones legales para compartir datos;
- mecanismos para manejar transacciones de datos inexactas o incompletas; y
- capacidad de archivo electrónico y establecimiento de pistas de auditoría.

- **Arquitectura tecnológica**

El indicador D (arquitectura tecnológica) explora cómo la Ventanilla Única reconoce la identificación y autenticación de usuarios, y si el sistema es fácil de usar, a prueba de fallas y capaz de manejar desarrollos futuros. Examina el desarrollo y la implementación de software y hardware en la Ventanilla Única, en particular porque

afecta a la consecución de los objetivos políticos y dado su importante función de sustentar la confianza en la Ventanilla Única tanto por parte de las agencias participantes como de los usuarios. Con ese fin, lo siguiente debe ser una prioridad:

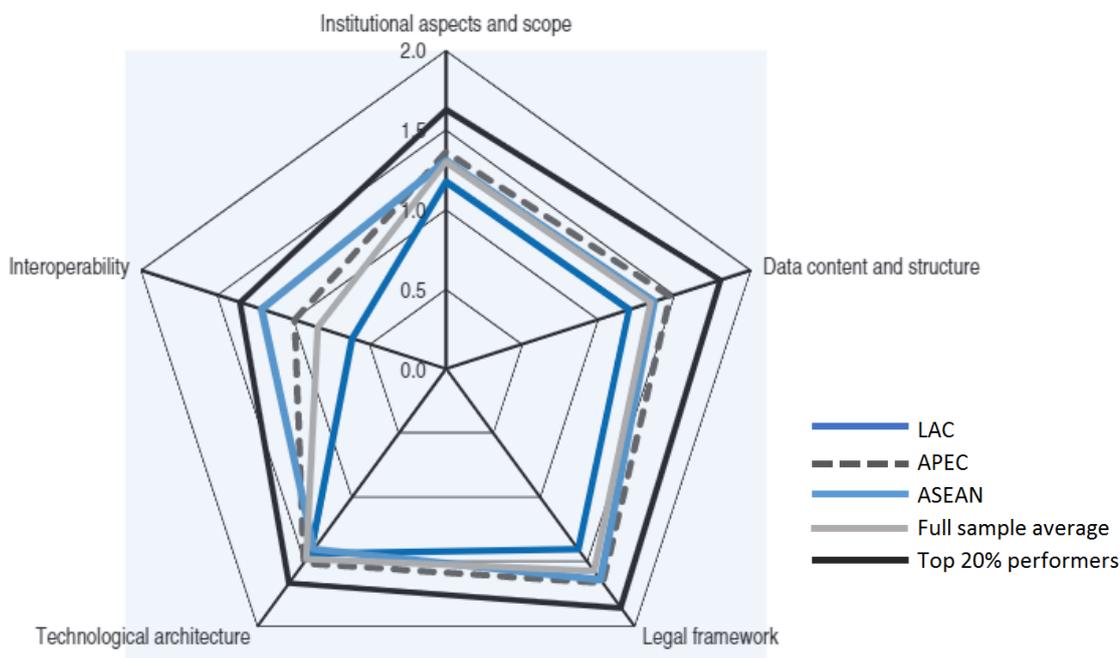
- mecanismos para ayudar a verificar la identificación y autenticación de transacciones individuales;
- mecanismos para asegurar la integración con los sistemas de las agencias que aportan información a la ventanilla única; y
- mecanismos de contingencia.

- **Interoperabilidad**

El indicador E (interoperabilidad) evalúa la capacidad del sistema para interactuar con los proveedores de servicios privados y los países vecinos y terceros. Todas las iniciativas de ventanilla única encuestadas reconocen la importancia de la interoperabilidad internacional, así como el uso de estándares internacionales para permitir el intercambio transparente de información para facilitar el comercio legítimo y aumentar la seguridad de la cadena de suministro. Sin embargo, la interoperabilidad sigue siendo, con mucho, la dimensión más desafiante de la implementación de la ventanilla única.

Figura 3.

Modelo de Indicadores OCDE para la Ventanilla Única: instantánea de muestra completa según regiones seleccionadas



Nota. OCDE (2018)

2.2.1.2. *La Ventanilla Única del Comercio Exterior (VUCE) como instrumento de Facilitación Comercial.*

La Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE) es una herramienta para la facilitación del comercio exterior mediante la cual se pueden realizar de manera electrónica y desde un único punto de ingreso todos los trámites documentarios vinculados a las operaciones de importación, exportación y tránsito. Siendo así que la implementación de una VUCE para un país significa una sustancial modificación en los procesos de comercio exterior donde interviene el Gobierno, con el objetivo de lograr la simplicidad y eficiencia sin restar el control y la seguridad por parte de la autoridad competente. (VUCE Uruguay, 2019)

En el Perú la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE) se encuentra dirigida por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR). La cual ha

sido desarrollada e implementada para realizar los trámites relacionados al comercio exterior a través de un único punto de acceso.

La VUCE peruana cuenta con tres componentes principales:

- **Mercancías Restringidas:** Permite a los exportadores e importadores solicitar de forma virtual, los distintos permisos, certificados, y demás autorizaciones para la entrada, tránsito y salida de las mercancías restringidas. Aquí participan 17 entidades públicas que regulan este tipo de bienes.

- **Origen:**

Permite la emisión y gestión de certificados de origen, asimismo la emisión de duplicados, reemplazos y la sustitución o cancelación de los mismos. Aquí participan 20 entidades públicas y privadas.

- **Portuario:**

Permite la gestión administrativa de los procedimientos relacionados con la recepción, permanencia y despacho de naves a los puertos y a otros procedimientos portuarios. Aquí participan 4 entidades públicas. (ComexPerú, 2018).

2.2.1.3. Proyecto VUCE 2.0.

El Proyecto VUCE 2.0 contempla el Mejoramiento de los Servicios de Facilitación del Comercio Exterior mediante la Ventanilla Única del Comercio Exterior. Tiene como objetivo principal el mejoramiento de la competitividad del sector comercio exterior en el Perú.

Los objetivos Específicos son:

- Optimización de procesos y simplificación de trámites de comercio exterior.
- Reducción de tiempos y costos de transacción.
- Otorgar información sistematizada, actualizada e inteligente sobre comercio exterior y logística internacional.
- Fortalecimiento de las entidades públicas vinculadas al comercio exterior.

Este Proyecto VUCE 2.0 plantea el Rediseño de procesos de alrededor de 400 procesos de 15 entidades públicas, junto a ello presenta 5 diseños de gestión en los cuales se divide de la siguiente manera:

- *Gestión de Tramitación Electrónica:* En donde encontramos los 3 componentes habituales de la VUCE los cuales son: Mercancías Restringidas, Certificados de Origen y Componente Portuario y se viene añadiendo 2 más, los cuales son: Port Community System y Zonas de Tratamiento Especial.
- *Gestión de Servicios Empresariales:* Este es un nuevo diseño de gestión que propone la VUCE 2.0 en donde presenta 4 servicios empresariales los cuales ya se vienen implementado y ejecutando en la plataforma. Estos proyectos son: Marketplaces, que ofrece servicios al comercio exterior; Gestión de la calidad y productividad empresarial; Portal de regulaciones de comercio exterior y Portales especializados de información logística.

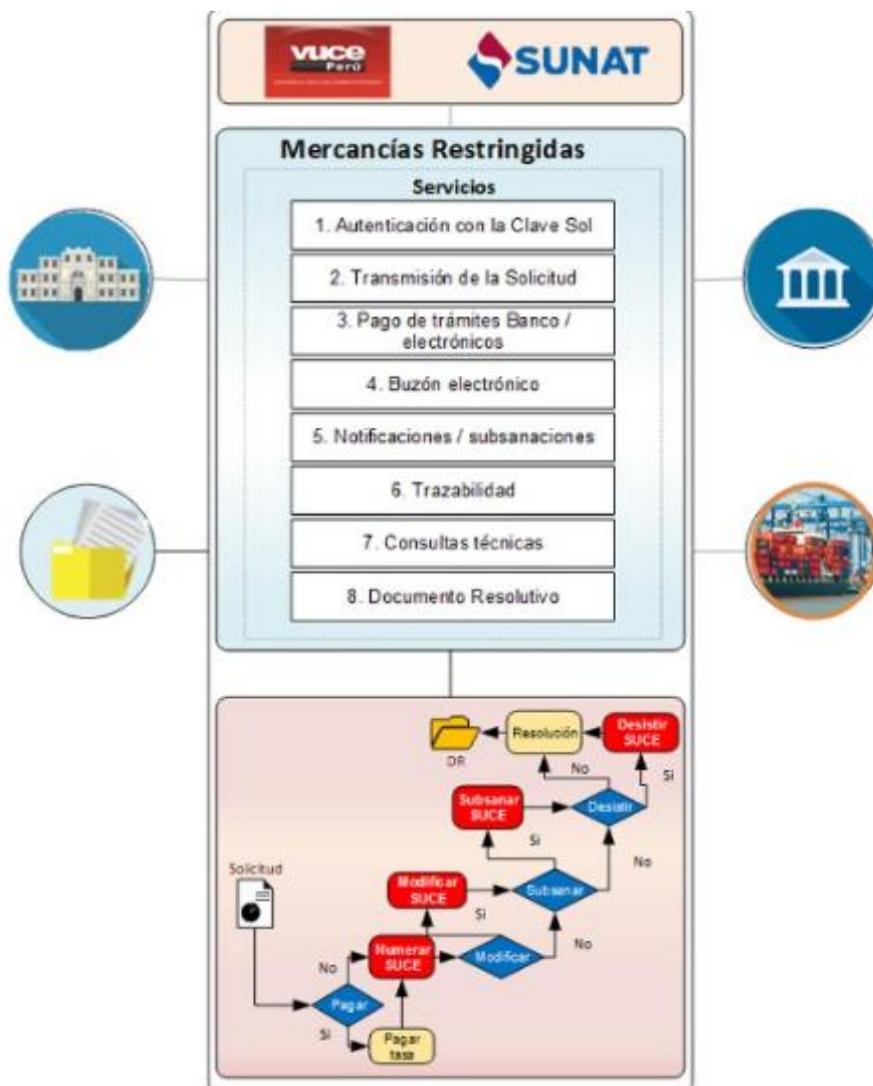
- *Gestión de Interoperabilidad*: Plantea el Fortalecimiento del Marco Legal VUCE para lograr una Interoperabilidad nacional y la Interoperabilidad global.
- *Gestión de Comunidades VUCE y Mejora Continua* Busca el fortalecimiento de las Entidades VUCE desarrollando los siguientes proyectos: E-learning, Business Intelligence, Big Data, CRM y gobierno abierto.
- *Gestión del Riesgo*: Tiene como objetivo Fortalecimiento de Gestión y operación de la VUCE mediante una gestión del Riesgo.

2.2.1.4. *Operatividad de la VUCE según el componente Mercancías Restringidas*

La plataforma de la VUCE ofrece al usuario importador/exportador una forma sencilla y rápida para realizar sus trámites virtuales con el fin de que puedan obtener los permisos, certificados requeridos, autorizaciones o licencias, copias certificadas de autorización sanitaria entre otros requisitos necesarios para el proceso de importación o exportación de las mercancías restringidas. Cabe destacar que el componente de mercancías restringidas está interconectado con las diferentes entidades competentes como son SENASA, DIGEMID, DIGESA, DIRESA TACNA y otras instituciones gubernamentales encargadas de la emisión de dichos documentos.

Figura 4.

Procedimientos de la operatividad de la VUCE



Nota. VUCE Perú (s.f.)

2.2.1.5. *Facilitación Comercial en la ZONA FRANCA DE TACNA* (ZOFRATACNA)

La ZOFRATACNA tienen como misión "Contribuir al desarrollo de la región Tacna, mediante la promoción de oportunidades y la conformación de ambientes de

negocios atractivos que faciliten el desarrollo de actividades económicas, productivas y de servicios con altos niveles de productividad y competitividad”

Se promueve el fomento de la inversión y el desarrollo tecnológico para contribuir al crecimiento socioeconómico sostenido del departamento de Tacna. La promoción de una plataforma industrial, logística y de servicios y su compromiso de apoyar el desarrollo regional son algunas de las principales acciones asociadas a la facilitación del comercio internacional.

Se han completado las siguientes iniciativas sobre facilitación del comercio exterior: (2020)

- Registro de varias DAM de importación a una Declaración de Salida.
- Tarja de manifiestos de productos elaborados para industrias.
- Simplificación de procesos para la generación de código de barras y envío de Certificados de manufactura para la ADUANA.
- Perfil de acceso al SIGO para la ADUANA.
- Mejora de Controles de autorizaciones de DIGESA para los juguetes en el módulo del DFRSM y validación de procedimientos para la VUCE (Ventanilla Única de Comercio Exterior)

2.2.2. Satisfacción del usuario

De acuerdo a Rey (2000), indica que la satisfacción del usuario está directamente relacionada con el uso, cualidades y desempeño de un sistema de información. Por lo que la satisfacción es el objetivo que el sistema de información pretende alcanzar, referente al servicio brindado, así como de los valores y

expectativas que tiene el usuario, incidiendo también otros factores, como el tiempo invertido, el dinero, si fuera el caso, el esfuerzo o sacrificio.

Para Kotler & Armstrong (2013) sostienen que, la satisfacción del cliente se logra dependiendo de la funcionalidad de un producto en comparación a las expectativas del cliente. Por lo que resuelve que si el desempeño o funcionalidad de un producto adquirido es menor a lo esperado, el cliente presentará insatisfacción. Y si la funcionalidad o desempeño de un producto iguala a lo esperado por el cliente, entonces el cliente experimentará satisfacción. Por otro lado si la funcionalidad o desempeño de un producto supera las expectativas del cliente, este experimentará gran satisfacción.

Para Giese y Cote (2000) plantean que la satisfacción del consumidor es una respuesta a un aspecto particular relacionado con la compra o el consumo que ocurre en un momento específico. En lo que encuentran tres componentes esenciales de la satisfacción del consumidor:

- respuesta afectiva resumida que varía en intensidad;
- enfoque de satisfacción en torno a la elección, compra y consumo de productos; y
- tiempo de determinación que varía según la situación, pero generalmente tiene una duración limitada.

En su libro Hoffman y Douglas (2002) hacen referencia a un artículo de Keith Hunt del Journal of Social Problems en el que se habla de muchas definiciones de satisfacción del cliente que cambian según el punto de vista del observador. Sobre la base de la equidad, que compara lo que se adquiere en un intercambio social,

demuestran los resultados reales con los que son culturalmente aceptables; si lo que se gana no es equitativo, el perdedor quedará insatisfecho desde el punto de vista del déficit normativo. En consecuencia, desde la perspectiva de un parámetro normativo, las expectativas se basan en lo que el consumidor cree que debe recibir, por lo que se produce insatisfacción cuando el resultado real difiere de la expectativa del parámetro; y en relación con la equidad del procedimiento, demuestra que la satisfacción se basa en la noción de que el consumidor ha recibido un trato justo. Por lo que los autores concluyen que la satisfacción del cliente es el resultado de la comparación entre las expectativas de los consumidores y la valoración de la realidad del servicio que reciben.

2.2.2.1. Modelos teóricos

a) Modelo de satisfacción al cliente Kano

El modelo Kano es un instrumento de medición que ayuda a las empresas a incrementar el grado de satisfacción del cliente, fue creado en 1978 por el profesor japonés Noriaki Kano, quien analizó detenidamente el deseo que manifestaban los consumidores y encontró características diversas que eran requeridas en un bien o servicio. En su trabajo de investigación determinó cinco categorías de la calidad de un bien o servicio percibida por el cliente con su nivel de satisfacción, en donde observa que el consumidor compara un deseo con una situación real, y surge la insatisfacción cuando este deseo se encuentra alejado de la realidad. (IONOS, 2020)

El modelo Kano clasifica cinco tipos de necesidades, las cuales se verán relacionadas con el grado de satisfacción del cliente.

- **Calidad requerida**

Este es el grupo de los atributos mínimos, que debería contener todo producto o servicio. Es decir, el consumidor que elige adquirir un bien o servicio entiende que estos atributos mínimos deben estar presentes. Es así que, al encontrarse estos atributos mínimos no causarán mayor atención en el consumidor, sin embargo, si no logra identificarlos surgirá rápidamente la insatisfacción. Para las empresas, los atributos mínimos no ayudarán a incrementar la satisfacción del cliente, pero que, si el cliente no lo encuentra habrá gran insatisfacción.

- **Calidad deseada o de rendimiento**

Este grupo de atributos de rendimiento son solicitados por los clientes de forma consciente. El consumidor o cliente viene con una idea clara de los atributos que busca y los que debería ofrecer un producto o servicio, y por lo tanto la ausencia de ellos le conducen a una insatisfacción. Sin embargo, a diferencia de la categoría de atributos mínimos, en este grupo a mayor cantidad de atributos encontrados, o necesidades cubiertas, aumentará la satisfacción del cliente.

- **Calidad motivadora**

En este grupo se encuentran los atributos emocionantes los cuales el cliente no esperaría encontrar. Por lo tanto la ausencia de este atributo motivador no causa la insatisfacción. Pero, si se logra desarrollar este atributo motivador y se sorprende al

aumentará en gran manera la satisfacción. Por lo que al incluir atributos inesperados en un bien o servicio, la empresa logrará una ventaja frente a su competencia.

- **Calidad indiferente**

En esta categoría encontramos que existen características de un bien o servicio que no son significantes para la satisfacción del cliente. Por lo que podemos ver que existen ciertos atributos en un bien o servicio que le son indiferentes al consumidor por lo que la ausencia o presencia no tiene mayor relevancia en el grado de satisfacción del cliente.

- **Calidad de rechazo**

De la misma forma que los atributos mínimos, llaman la atención cuando no son encontrados en un bien o servicio, los atributos o características de rechazo logran la visibilidad cuando son identificados, y causa un efecto negativo. Es decir, su ausencia sería normal. En la mayor parte se trata de fallos del bien o servicio no determinados por la empresa. Y esto genera rechazo en el cliente.

- **Valoración de los tipos de atributos**

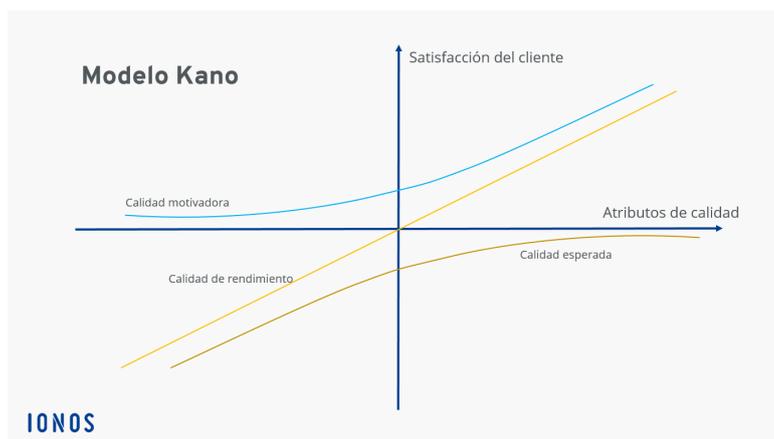
Para valorar los tipos de atributos con el método Kano, primero se debe clasificar las características de un bien o servicio según con el grupo de atributos correcto. Seguidamente, con esta clasificación se puede tomar la decisión en dónde la

empresa puede dar mayor inversión. Podemos ver que mejorar los atributos mínimos no aumentaría el grado de satisfacción al cliente.

En el siguiente diagrama del modelo Kano se observa cómo influyen ciertas mejoras de atributos por categoría y su relevancia en la satisfacción del cliente. En el presente diagrama se observa tres categorías que son las más importantes para la toma de decisiones.

Figura 5.

Modelo Kano



Nota. IONOS (2020)

Existen ciertas categorías que no se clasifican únicamente en una categoría sino que, pueden cambiar importancia con el paso del tiempo y avance de tecnológico. Por ejemplo, las características que en un inicio se definían como atributos de motivación, se pueden convertir en atributos de rendimiento y posteriormente en atributos mínimos.

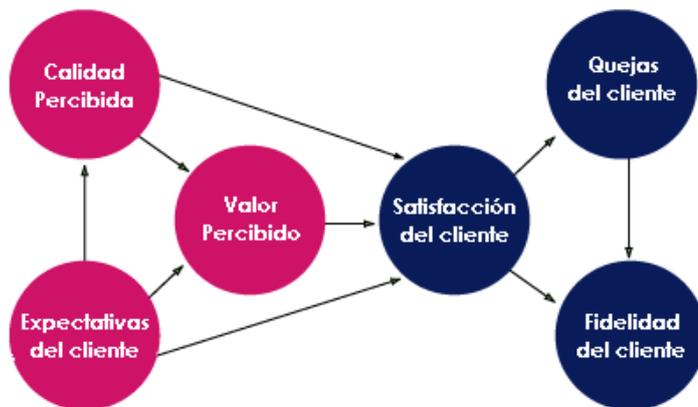
b) Modelo ACSI de satisfacción al cliente

El Índice de Satisfacción del Cliente Estadounidense (ACSI) es un indicador que establece el nivel de satisfacción de los ciudadanos en la economía de los EEUU desde 1994. Este índice tiene en cuenta métricas para que los clientes valoren la calidad de los productos y servicios, toda su experiencia y si se han satisfecho sus expectativas. (EcuRed, s.f.)

A continuación, se muestra la gráfica del modelo ACSI:

Figura 6.

Modelo ACSI



Original: www.theacsi.org

Nota. (ACSI, s.f.)

Componentes del modelo:

- **Expectativas del cliente:**

Las expectativas del cliente comprenden una evaluación anticipada de la calidad que el cliente espera recibir por el producto o servicio que ofrece el ofertante.

Este índice tiene en cuenta métricas para que los clientes valoren el calibre de los productos y servicios, toda su experiencia y si se han satisfecho sus expectativas.

- **Calidad percibida:**

La calidad percibida considera la experiencia del cliente en un pasado reciente y está conformada por dos elementos: la personalización y la fiabilidad. Por lo que las preguntas que se realizan en la encuesta tienen como objetivo determinar la frecuencia con la que el cliente piensa que el bien o servicio tendrá alguna falla y cómo se logra adaptar al cliente.

- **Valor percibido**

El valor percibido es la comparación entre la calidad del bien o servicio obtenido y el precio pagado por este. Siendo así que una vez efectuada la compra, el cliente evalúa el producto o servicio sobre la expectativa que esperaba obtener y lo que realmente recibió. Si la evaluación es negativa, probablemente el cliente no volverá a repetir la experiencia. Por lo que si vuelve a hacerlo puede tratarse de que no haya encontrado un sustituto, o haya bajado el precio del producto o servicio.

- **Quejas del cliente**

Las quejas del cliente son un indicio de su insatisfacción. Como el cliente estará más satisfecho, habrá menos motivación para expresar una queja. Según esta

teoría, este indicador se calcula expresando la proporción de clientes que afirman haberse quejado de un bien o servicio concreto en un periodo de tiempo determinado.

- **Fidelidad del cliente**

El componente principal del modelo ACSI es la fidelidad del cliente pues está en función a que este cliente vuelva a adquirir el producto o servicio generando rentabilidad en el negocio.

c) Modelo Servqual

El modelo Servqual se publica por primera vez en el año 1988, y ha experimentado con el paso del tiempo varias mejoras y revisiones. Este modelo es un instrumento de medición comercial que mide la calidad del servicio brindado por una empresa u organización, permite también conocer las expectativas del cliente y su apreciación de un servicio.

Este modelo nos permite analizar las características cuantitativas y cualitativas de los clientes. También nos detalla los factores impredecibles e incontrolables de los clientes.

El Modelo Servqual ofrece datos exhaustivos sobre las opiniones de los consumidores acerca del servicio de atención al cliente de las empresas, los comentarios y sugerencias de los clientes para mejorar en áreas concretas y las evaluaciones de los empleados sobre las expectativas y percepciones de los clientes. Otras organizaciones pueden utilizar este modelo como herramienta de evaluación y mejora. (Matsumoto, 2014)

Dimensiones del Modelo Servqual:

El modelo Servqual según los autores Zeithaml, Bitner y Gremler, citado por Ortiz, Teobaldo; Díaz-Cerón, Ana; Alarcón, Carlos (2018) agrupa cinco dimensiones para medir la calidad del servicio:

- **Fiabilidad:**

La fiabilidad hace referencia a la habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. Siendo así que, la organización cumple con sus promesas, sobre entregas, suministro del servicio, solución de problemas y fijación de precios.

- **Sensibilidad:**

La sensibilidad es la disposición para ayudar a los usuarios y para prestarles un servicio rápido y adecuado. Se refiere a la atención que brinda el servicio y prontitud al tratar las solicitudes, responder preguntas y quejas de los clientes, para solucionar los problemas.

- **Seguridad:**

La seguridad es el conocimiento, el enfoque y la capacidad de los miembros del personal para ganarse la confianza y la credibilidad de los clientes.

- **Empatía:**

El grado de atención individualizada que prestan las empresas a sus clientes se denomina empatía. Esta empatía debe transmitirse a través de un servicio individualizado o adaptado a las preferencias del cliente.

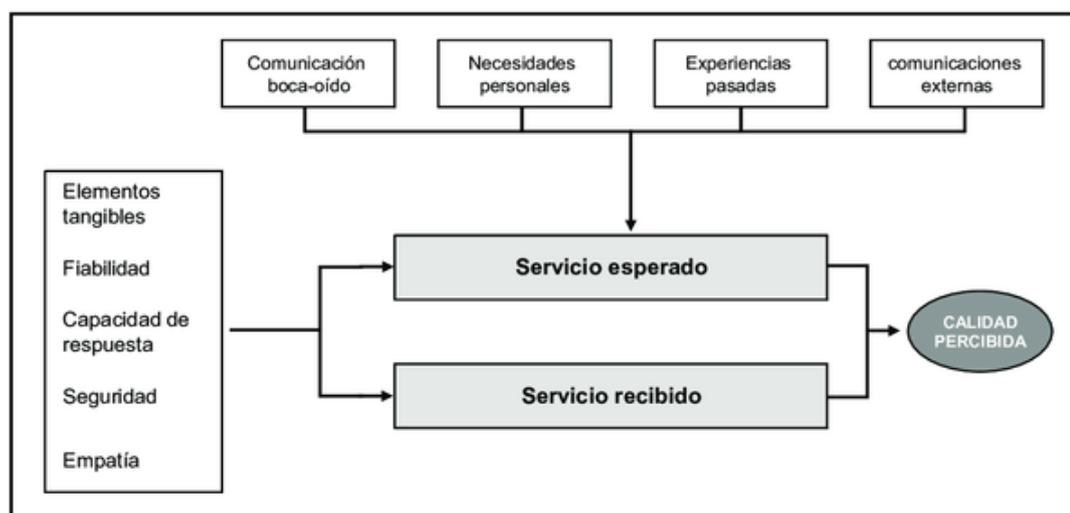
- **Elementos tangibles:**

El término "elementos tangibles" se refiere a cosas con forma física, como edificios, maquinaria y personal.

El modelo Servqual vincula cuatro factores -recomendaciones boca a boca de otros usuarios del servicio, necesidades individuales de los usuarios, experiencias similares o anteriores de los usuarios y comunicaciones externas de la organización o empresa- que influyen en las expectativas.

Figura 7.

Modelo Servqual



Nota. (Ortiz, Díaz-Cerón, & Alarcón, 2018)

d) Satisfacción del Cliente - ISO 9001

ISO “The International Organization for Standardization”

De acuerdo a ISO (s.f.), ISO es una organización no gubernamental, internacional, independiente, con 162 organismos nacionales de normalización como miembros. Se menciona que ISO, cuyo nombre se traduce al inglés como "The International Organization for Standardization", tiene como objetivo hacer avanzar los esfuerzos de normalización a nivel mundial, facilitar el intercambio de bienes y servicios y fomentar la colaboración en los campos del conocimiento, la ciencia, la tecnología y los negocios.

- Sistema de Gestión de la Calidad

El SGC - Sistema de Gestión de la Calidad, según la Organización Internacional de Normalización ISO (2015), establece las actividades mediante las cuales la organización reconoce sus objetivos, determina y gestiona los procesos y recursos necesarios para aportar valor y lograr resultados para las partes interesadas pertinentes. El SGC permite a la alta dirección planificar, llevar a cabo, supervisar y evaluar todas sus actividades, además de darle la capacidad de identificar medidas que ayuden a abordar las consecuencias previstas e imprevistas en el suministro de bienes y servicios. Esto hace posible que la alta dirección tenga en cuenta las repercusiones inmediatas y a largo plazo de sus decisiones con el fin de maximizar el uso de los recursos.

- Principios de la gestión de la calidad

Según la Norma Internacional ISO 9001 (2015) los principios de la gestión de la calidad son reglas básicas que ayudan a dirigir, operar y mejoran el desempeño de

una organización, se enfocan en los clientes y determinan las necesidades de las partes interesadas. La versión de la Norma ISO 900:2015 contempla 7 principios de la gestión de la calidad y son los siguientes:

Figura 8.

Principios de la Calidad



Nota. (ISO, 2015)

- Enfoque al Cliente:

Los objetivos de la gestión de la calidad son satisfacer las necesidades del cliente e ir más allá de sus expectativas. Determinar, comprender y cumplir los requisitos del cliente puede aumentar la satisfacción del cliente. Entender las necesidades actuales y futuras tanto de los clientes como de otras partes interesadas contribuye al éxito sostenido de una organización. (Noguez, 2015)

Satisfacción del cliente según ISO 9001:2015

Según el capítulo 9.1.2 de la norma ISO 9001, define la satisfacción del cliente como el resultado de comparación de las expectativas del cliente referente al servicio,

producto o imagen que le ofrece una marca, midiendo así el valor percibido con lo recibido. En su revisión de 2015, se dice que la empresa debe hacer un seguimiento del grado en que los consumidores consideran que se cumplen sus requisitos y expectativas, y se aconseja que la empresa decida cómo recopilar, supervisar y evaluar estos datos.

Análisis y evaluación

La empresa tiene que revisar y analizar los datos pertinentes y la información obtenida a través del seguimiento y la medición. Los resultados de los análisis deben utilizarse para juzgar:

- a) la conformidad de los productos y servicios;
- b) el nivel de satisfacción del cliente;
- c) la eficacia y el rendimiento del sistema de gestión de la calidad;
- d) si lo que se pretendía se ha llevado a cabo con éxito;
- e) el éxito de las medidas adoptadas para hacer frente a las oportunidades y amenazas;
- f) la eficacia de los proveedores externos;
- g) la exigencia de mejorar el sistema de gestión de la calidad.

Dimensiones de la Calidad:

- **Rendimiento de la Plataforma:**

De acuerdo a (Grande, 2019) el Rendimiento en Web se refiere esencialmente a la velocidad de las Aplicaciones Web. WPO (Web Performance Optimisation) tiene como objetivo mejorar el rendimiento en web. La experiencia del usuario se mejora

optimizando el rendimiento web (User Experience). Es decir, hace referencia a la efectividad de la plataforma web y a la rapidez de respuesta en el tiempo de carga y de ejecución al solicitar alguna acción por parte del usuario. Por tanto, es el tiempo que tarda en cargarse un sitio web, su capacidad de respuesta y dinamismo y la fluidez con que el material interactúa con el usuario son factores que influyen. El objetivo es que el usuario pueda navegar de forma rápida, y sin problemas en el trayecto.

La velocidad de una plataforma web también influencia en la experiencia de los usuarios puesto que de acuerdo con una investigación realizada por Aberdeen Group indica que por cada segundo después de la marca de 5 segundos: las visitas al sitio web disminuyen un 11%, las conversiones disminuyen un 7% y la satisfacción general del cliente disminuye en un 16%. (Johnson, 2009)

Según Google Analytics (s.f.) la rapidez en el tiempo de carga y la velocidad en el tiempo de ejecución son parte de la evaluación para medir la velocidad de un sitio web.

- El tiempo de carga de la página, lo cual representa la alta disponibilidad o la capacidad del sistema que permite estar ejecutándose la mayor parte del tiempo.
- La velocidad de ejecución o el tiempo de carga de un solo hit, (por ejemplo, la rapidez de carga de las imágenes o el tiempo de respuesta al clic en un botón). Se trata del tiempo total que un sistema necesita para responder a una petición de unidad de trabajo

- **Usabilidad:**

La usabilidad hace referencia al grado de facilidad de uso que tiene una página web con los usuarios que interactúan en el sitio. Siendo así que los usuarios logran sus objetivos de forma sencilla, intuitiva, agradable y segura. Según Ferreras (2008) la usabilidad evalúa tres aspectos clave:

- Eficiencia: el usuario encuentra lo que buscaba;
- Eficacia: el usuario es capaz de completar su tarea sin demora;
- Satisfacción: el usuario le resulta agradable navegar por la web.

Dentro de los beneficios de una buena usabilidad web se encuentran: (BCM., 2018)

- Incremento de la productividad: una web con usabilidad logra que los usuarios gestionen más tareas al mismo tiempo.
- Reducción de la formación y los costes del soporte, al ser más intuitiva se requiere de menor formación y menos costes.
- Aumento de ventas e ingresos: el usuario logrará finalizar su proceso con mayor facilidad y concretarse compras en el caso del e-commerce.
- Reducción del tiempo y costes de desarrollo, las plataformas web usables son sencillas y de fácil desarrollo, logrando disminuir costos para la organización.
- Reducción de costes de mantenimiento: al ser una plataforma usable se incurren en menores incidencias por tanto menores correcciones y mejoras que realizar.
- Aumento de la satisfacción de los clientes: La experiencia del usuario mejora de forma crucial el sitio web o aplicativo presentan un diseño intuitivo y fácil de usar, logrando que los usuarios se sientan cómodos y se fidelicen mejor.
- **Servicio de Soporte**

El servicio de soporte al cliente se caracteriza por ser los procedimientos de asistencia que una marca presta al usuario o consumidor antes, durante y después de que éste haya adquirido el bien o servicio.

Con el fin de ofrecer a los consumidores el mayor servicio de apoyo posible ante incidentes que puedan surgir, como problemas, dudas u otras cuestiones que surjan en relación con el producto o servicio prestado, esta forma de ayuda puede ofrecerse en persona o en línea.

Una de las formas de dar soporte al cliente es a través de herramientas help desk, según Wren (2020) es una piedra angular para una buena experiencia de servicio de atención al cliente y que muchas veces es pasada por alto, la importancia de una herramienta help desk radica en tener un equipo centralizado dentro de una empresa u organización, que atiende a clientes de forma masiva haciendo uso de un software para iniciar las conversaciones, y tiene como principio ayudar a las personas y servir como lugar en donde buscar ayuda.

- **Automatización de procesos:**

La automatización de procesos implica agilizar y automatizar las operaciones y servicios que las instituciones públicas brindan al público en general con el fin de mejorar los tiempos de respuesta. Algunas ventajas de la automatización incluyen procesos más rápidos, burocracia reducida, mayor transparencia, mejor gestión de recursos y un impacto ecológico favorable.

Dentro de las principales ventajas de la automatización de procesos se encuentran: (ISOTools, 2018)

- La minimización de costes, mejorando la carga del trabajo del equipo y logrando una reducción de recursos.
- La minimización del número de errores, logrando disminuir errores humanos o de comunicación.
- El aumento significativo en la velocidad de la ejecución, reduciendo el tiempo de trámite.
- Mejora en la obtención de informes de forma ágil.
- La trazabilidad del proceso, logrando que el usuario pueda hacer el seguimiento en todo momento.
- Un mejor control de resultados en tiempo real para la organización.
- Eliminación en el uso del papel, minimizando los costes materiales de impresión.

2.3. Definición de términos básicos

Documento Resolutivo: El documento resolutivo (DR) es aquel documento que es emitido de manera electrónica a través de la VUCE por entidades competentes del gobierno para el ingreso, tránsito o salida de las mercancías restringidas que requieren permisos, registros, certificaciones, licencias y demás autorizaciones dando una resolución favorable o denegada. (SUNAT, s.f.)

Facilitación del Comercio: La facilitación del comercio se relaciona con la simplificación y armonización de procedimientos vinculados al comercio internacional, enfocándose en políticas y medidas para la reducción del tiempo y costo

en las transacciones comerciales de exportación e importación, eliminando así las barreras que se presenta en las fronteras. (CEPAL, s.f.)

Importación: Es un régimen aduanero que comprende la nacionalización (mediante el pago de impuestos) de un producto adquirido en el extranjero para su comercialización en un territorio nacional. (Kiziryan, 2015)

Importador: Es la persona o empresa que realiza la importación, o la compra de bienes o servicios en un país extranjero para luego comercializarlos en el mercado nacional y así generar rentabilidad. (Westreicher, 2020)

Mercancía Restringida: Se denomina mercancía restringida a aquellos bienes que por orden de un gobierno necesitan obligatoriamente autorización para su ingreso al país, ello es generado por una o más entidades competentes dirigidas por el gobierno. (SUNAT, s.f.)

Satisfacción: El resultado favorable que surge de contrastar las expectativas del consumidor con la impresión de la realidad de un bien o servicio que el cliente ha adquirido es la satisfacción. (Flores E. , 2018)

Usuario: Es aquella persona que hace uso de un producto o servicio de forma habitual y le genera satisfacción al hacerlo, sin tener gran relevancia la marca o concepto que está detrás, sino el beneficio que el usuario experimenta. (Peiró, 2020)

VUCE: La Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE), es una plataforma virtual para la facilitación del comercio exterior, mediante la cual se realizan trámites de certificados, autorizaciones, pagos, entre otros necesarios para la culminación del proceso de importación y exportación de mercancías. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, s.f.)

Zona Comercial de Tacna: Es denominado así al espacio geográfico comprendido por el distrito de Tacna y los centros comerciales del distrito Alto de la Alianza, en donde se expenden bienes en su mayoría importados y que están exonerados de ciertos impuestos como el IGV, IPM, ISC y algún otro impuesto creado o por crearse, realizando un pago único de un Arancel Especial del 6%. (ZOFRATACNA, s.f.)

2.4. Sistema de Hipótesis

2.4.1. Hipótesis General

La Ventanilla Única de Comercio Exterior, versión 2.0 como mecanismo de facilitación del comercio, influye de forma significativa en la satisfacción de los usuarios de la zona comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.

2.4.2. Hipótesis Específicas

- a) Los aspectos, institucionales y alcance de la VUCE influyen de forma significativa en la satisfacción de los usuarios de la zona comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.

- b) El contenido y estructura de los datos de la VUCE influye de forma significativa en la satisfacción de los usuarios de la zona comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.

- c) El marco legal de la VUCE influye de forma significativa en la satisfacción de los usuarios de la zona comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.

- d) La arquitectura tecnológica de la VUCE influye de forma significativa en la satisfacción de los usuarios de la zona comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.

2.5. Sistema de Variables

2.5.1. Operacionalización de las Variables

Tabla 1.

Operacionalización de las variables.

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADOR	ÍTEMS N°	ESCALA
Variable independiente: Facilitación comercial	La facilitación del comercio hace referencia a aspectos relacionados con un entorno más predecible, seguro y eficiente del comercio internacional, mediante la simplificación, estandarización y armonización de los procedimientos formales administrativos. (Jaén, 2010)	Aspectos, institucionales y alcance	Procedimientos incluidos	1, 2, 3, 4	Medición ordinal según Likert: 1: Totalmente en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni acuerdo ni en desacuerdo 4: De acuerdo 5: Totalmente de acuerdo
			Servicios Ofrecidos	5, 6, 7	
		Contenido y estructura de los datos	Trámites digitalizados	8, 9, 10	
			Trámites duplicados reducidos	11, 12, 13	
		Marco legal	Transparencia de la Información	14, 15, 16, 17	
			Privacidad y protección de datos	18, 19	
			Archivos digitalizados disponibles	20, 21	
		Arquitectura tecnológica	Identificación y autenticación de usuarios	22, 23	
			Diseño amigable	24, 25, 26	
			Copia de Seguridad o respaldo	27	
Disminución de fallas o errores al interactuar	28, 29,				
Variable dependiente: Satisfacción del usuario	La satisfacción del usuario está directamente relacionada con el uso, cualidades y desempeño de un sistema de información. Por lo que la satisfacción es el objetivo que el sistema de información pretende alcanzar, referente al servicio brindado, así como de los valores y expectativas que tiene el usuario, incidiendo también otros factores, como el tiempo invertido, el dinero, si fuera el caso, el esfuerzo o sacrificio. (Rey, 2000)	Rendimiento de la Plataforma	Rapidez en la Carga	1, 2	
			Rapidez en la ejecución	3	
		Usabilidad	Búsqueda satisfecha	4,5	
			Objetivo logrado de trámite exitoso	6,7,8,9	
			Siente agrado al navegar	10	
		Servicio de Soporte	Atención del Servicio Call center	11, 12	
			Tiempo para la resolución de problemas	13, 14	
			Disposición de herramientas help desk y canales de atención	15, 16, 17	
			Reducción de tiempos	18, 19	
		Automatización de Procesos		Impacto ecológico	20

Nota. Elaboración Propia

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1. Tipo de Investigación

La investigación realizada es de tipo básica, lo que significa que la investigación permanece sobre los planteamientos previos, es decir, que se realiza tomando en cuenta las bases teóricas citadas, las mismas que sirven de modelo para lograr ejecutar el estudio.

3.2. Nivel de Investigación

El nivel de investigación es explicativo. Este nivel de investigación se caracteriza por evaluar la relación de causa-efecto entre dos variables, en la que la VUCE como mecanismo de facilitación comercial genera influencia de forma significativa sobre la satisfacción de los usuarios.

3.3. Diseño de la Investigación.

La investigación presenta un diseño no experimental, en la que se establece que como investigador no se realizará cambios o modificará el ámbito sobre el que se desenvuelven los usuarios de la VUCE.

Así también, es transversal, debido a que se considera el estudio en un único momento en el tiempo, es decir, solamente se ejecutará una sola toma de datos.

3.4. Población y Muestra del estudio

La población está comprendida por 273 usuarios de la Zona Comercial con Registro Nacional para la importación de Juguetes según DIRESA TACNA.

A partir de ello, la muestra de estudio se calcula mediante la siguiente fórmula de muestreo para poblaciones de tipo conocidas, donde:

$$n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(N - 1) \cdot e^2 + Z_{\alpha/2}^2 \cdot p \cdot q}$$

- Nivel de Confianza (A) : 95% - 0.95
- Coeficiente de Confianza (Z): 1.96
- Probabilidad de Éxito (p) : 0.5
- Probabilidad de Fracaso (q) : 0.5
- Tamaño de la Población (N) : 273 usuarios
- Nivel de Error (e) : 5% - 0.05
- Tamaño de Muestra (n) : Por determinar

Reemplazando los valores se tiene que:

$$n = \frac{262.1892}{1.6404}$$

$$n = 159.8325$$

Por tanto, la muestra es de 160 usuarios importadores.

3.5. Técnicas e Instrumentos de recolección de Datos

Las técnicas según Rodríguez (2010) lo define como “los medios empleados para recolectar información, entre las que destacan la observación, cuestionario, entrevistas, encuestas”. Según sustenta el autor, la encuesta será la técnica a emplearse en la presente investigación.

3.5.1. Técnicas

La técnica que será validada y empleada será la encuesta con el objetivo de obtener las respuestas según las interrogantes planteadas acerca de aspectos relevantes, relacionado con los indicadores de las dimensiones que comprende cada variable.

3.5.2. Instrumentos

El cuestionario es el instrumento a emplear, el cual será aplicado a los usuarios de la VUCE de la Zona Comercial de Tacna que comercializan mercancía restringida.

3.6. Procesamiento y análisis de información

Para el procesamiento de datos se hará uso del programa estadístico IBM SPSS XXI, con el cual se realizará en primera instancia las tareas de tabulación de datos,

para a partir de ello elaborar las tablas y figuras de información, representadas mediante frecuencias acumuladas según escalas.

Así mismo con la data obtenida se realizará la ejecución de la prueba de regresión lineal estadística, en la que se determinará la influencia de la VUCE como mecanismo de facilitación comercial sobre la satisfacción de los usuarios, en función del cálculo del valor de significancia y el R-cuadrado.

CAPITULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Confiabilidad y Validación de Instrumentos

El instrumento se sometió a la validación de expertos y su fiabilidad se evaluará mediante la técnica Alfa de Cronbach del programa SPSS, como se indica a continuación.

4.1.1. Validación

Para la validación fueron elegidos tres profesores de la facultad de ciencias empresariales por considerarlos profesionales bien informados del tema, ya que el proceso de validación se basaba en el juicio de expertos. Como puede verse en el cuadro siguiente, revisaron y aprobaron el instrumento de prueba.

Tabla 2.

Validación de expertos

Nº	Grado de estudio	Experto	Opinión de experto	Porcentaje
Experto 1	Doctor	Catacora Lira, Luis Celerino	Favorable	80%
Experto 2	Magister	Velasquez Yupanqui, Wilfredo	Favorable	97%
Experto 3	Magister	Gómez Valente, Ximena	Favorable	90%
Media Calificación de Expertos				89%

Nota. Elaboración Propia

En la tabla 2 muestra que la valoración media de los expertos es del 89%, lo que se sitúa dentro del rango aceptable para el instrumento.

4.1.2. Aplicación del coeficiente de Alpha de Cronbach

Los datos recogidos en las encuestas se introdujeron en la herramienta estadística SPSS para calcular la fiabilidad mediante el método alfa de Cronbach.

Según Pallela y Martins (2012), el coeficiente de Cronbach se utiliza para evaluar la confiabilidad con base en la consistencia interna del indicador. El rango del alfa de Cronbach es de 0 a 1, donde 0 denota inconsistencia total y 1 denota consistencia total.

Tabla 3.

Medidas de consistencia e interpretación de coeficientes

Rango	Confiabilidad
0.81 - 1.00	Muy Alta
0.61 - 0.80	Alta
0.41 - 0.60	Media
0.21 - 0.40	Baja
0.00 - 0.20	Muy Baja

Nota. Adaptado de Palella y Martins (2012, p. 169)

Variable independiente: Facilitación Comercial

Seguidamente, se muestra el Alfa de Cronbach de la variable independiente Facilitación Comercial.

Tabla 4.

Alfa de Cronbach de la variable Facilitación Comercial

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.805	29

Nota. Elaborado con el programa SPSS

La Tabla 4 demuestra que se alcanzó un Alfa de Cronbach de 0,805 para la variable Facilitación del Comercio, lo que se sitúa en un rango de fiabilidad muy alto y confirma que no fue necesario realizar ningún cambio porque el instrumento tiene un alto grado de fiabilidad.

Dimensiones

La tabla siguiente muestra los valores Alfa de Cronbach para los cuatro aspectos de la variable independiente "Facilitación Comercial": aspectos, institucionales y de alcance, contenido y estructura de los datos, marco legal y arquitectura tecnológica.

Tabla 5.

Alfa de Cronbach de las dimensiones de la variable Facilitación Comercial

Estadísticas de fiabilidad	Dimensiones			
	Aspectos, institucionales y alcance	Contenido y estructura de los datos	Marco legal	Arquitectura tecnológica
Alfa de Cronbach	0,846	0,833	0,747	0,661
N de elementos	7	6	8	8

Nota. Elaborado con programa SPSS

En la presente Tabla 5, observamos que el alfa de Cronbach de la dimensión Aspectos, institucionales y alcance es de 0.846, así también la dimensión Contenido y estructura de los datos tiene un alfa de Cronbach de 0,833 presentando una muy alta confiabilidad para ambas dimensiones, seguidamente las dimensiones Marco legal y Arquitectura tecnológica resultan un alfa de Cronbach de 0,747 y 0,661 respectivamente, presentando un rango de confiabilidad alto.

Variable dependiente: Satisfacción del usuario

Seguidamente, se muestra el Alfa de Cronbach de la variable Satisfacción del usuario, que es la variable dependiente.

Tabla 6.

Alfa de Cronbach de la variable Satisfacción del Usuario

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.842	20

Nota. Elaborado con el programa SPSS

En la tabla 6 se demuestra que se logró un Alfa de Cronbach de 0,842 para la variable satisfacción del usuario, la cual se encuentra en un rango de confiabilidad muy alto, lo que indica que no se requirieron ajustes debido a que el instrumento tiene un alto nivel de confiabilidad.

Dimensiones

A continuación, se presenta el Alfa el Cronbach de las dimensiones, Rendimiento de la Plataforma, Usabilidad, Servicio de Soporte y Automatización de Procesos.

Tabla 7.

Alfa de Cronbach de las dimensiones de la variable Satisfacción del usuario

Estadísticas de fiabilidad	Dimensiones			
	Rendimiento de la Plataforma	Usabilidad	Servicio de Soporte	Automatización de Procesos
Alfa de Cronbach	0,725	0,688	0,831	0,757
N de elementos	3	7	7	3

Nota. Elaborado el con programa SPSS

En la Tabla 7, notamos que el Alfa de Cronbach de las dimensiones Rendimiento de la Plataforma y Usabilidad son de 0,725 y 0,688 respectivamente por lo que ambas dimensiones cuentan con un nivel de confiabilidad alto, mientras la dimensión Servicio de soporte cuenta con un Alfa de Cronbach de 0,831, por lo que presenta una muy alta confiabilidad y la dimensión Automatización de Procesos cuenta con un Alfa de Cronbach de 0.757 lo que indica una vez más una alta confiabilidad.

4.1.3. Escala de valoración de las variables

Considerando ambas variables Facilitación Comercial y Satisfacción del usuario y mediante el uso de una escala de baremos, asimismo las variables como dimensiones fueron categorizadas en una escala de 3 categorías para demostrar los resultados obtenidos con mayor claridad y coherencia.

Valoración de la variable Facilitación Comercial

Los resultados de la variable se muestran junto con cada una de sus dimensiones correspondientes en la secuencia indicada.

Tabla 8.

Escala de baremos para la variable Facilitación Comercial

Niveles	Variable Independiente		Descripción
	Facilitación Comercial		
Deficiente	29 a 76		Existen demoras burocráticas y trámites que son considerados engorrosos por parte de los usuarios de la VUCE.
Eficiente	77 a 100		Existe simplificación, modernización y armonización en los procedimientos que se tramitan a través de la VUCE.
Óptimo	101 a 145		Existe simplificación, modernización, armonización y una buena arquitectura tecnológica lo que facilita al usuario en el manejo de la plataforma al momento de realizar sus procedimientos a través de la VUCE.

Nota. Elaboración Propia

Valoración de dimensiones de la variable Facilitación Comercial

Tabla 9.

Escala de baremos para las dimensiones de la variable Facilitación Comercial

Niveles	Dimensiones			
	Aspectos, institucionales y alcance	Contenido y estructura de los datos	Marco legal	Arquitectura tecnológica
Deficiente	7 a 20	6 a 17	8 a 21	8 a 21
Eficiente	21 a 27	18 a 22	22 a 28	22 a 28
Óptimo	28 a 35	23 a 30	29 a 40	29 a 40

Nota. Elaborado con el programa de Excel

Valoración de la variable Satisfacción del Usuario

Los resultados de la variable se muestran junto con cada una de sus dimensiones correspondientes en la secuencia indicada.

Tabla 10.

Escala de baremos para la variable Satisfacción del Usuario

Niveles	Variable Dependiente		Descripción
	Satisfacción del Usuario		
Baja	20 a 53		Las expectativas del usuario no fueron alcanzadas al realizar sus procedimientos a través de la VUCE.
Moderada	54 a 70		Se cumple con los requerimientos del usuario al realizar sus procedimientos a través de la VUCE, sin embargo, existen puntos de mejora.
Alta	71 a 100		Las expectativas del usuario fueron alcanzadas o superadas al realizar sus procedimientos a través de la VUCE.

Nota. Elaboración Propia

Valoración de Dimensiones de la variable Satisfacción del Usuario

Tabla 11.

Escala de baremos para las dimensiones de la variable Satisfacción del Usuario

Niveles	Dimensiones			
	Rendimiento de la Plataforma	Usabilidad	Servicio de Soporte	Automatización de Procesos
Baja	3 a 8	7 a 20	7 a 20	3 a 8
Moderada	9 a 11	21 a 27	21 a 27	9 a 11
Alta	11 a 15	28 a 35	28 a 35	12 a 15

Nota. Elaborado con programa Excel

4.2. Tratamientos estadístico e interpretación de cuadros

Para la medición de las variables facilitación comercial y satisfacción del usuario aplicadas al contexto del uso de la plataforma VUCE 2.0 por los usuarios de la Zona Comercial de Tacna importadores de juguetes, en estudio, se empleó un cuestionario de 30 preguntas de escala de Likert, 29 preguntas para la variable Facilitación Comercial y 20 preguntas para la variable satisfacción del usuario. Se clasificó los ítems del cuestionario según las dimensiones de cada variable, las cuales son facilitación comercial y satisfacción del usuario, cada uno con sus correspondientes dimensiones.

Para el manejo de los resultados del instrumento aplicado se utilizó el programa SPSS para Windows versión 22, que permitió la tabulación correspondiente, así como la elaboración de las tablas y figuras que demuestra la información.

Los resultados, así como la información general y las respuestas de acuerdo con las variables e indicadores, se reportan en la sección siguiente.

4.3. Resultados del trabajo de campo

Tabla 12.

Descripción respecto al sexo, nivel de instrucción, distrito de residencia y edad de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00

Variables sociodemográficas	Usuarios importadores	
	n	%
Sexo		
Hombres	69	43.13
Mujeres	91	56.88
Nivel de instrucción		
Primaria	0	0.00
Secundaria	76	47.50
Superior	84	52.50
Distrito de residencia		
Tacna	126	78.75
G.A.L.	22	13.75
Alto de la Alianza	7	4.38
Natividad	3	1.88
Ciudad Nueva	2	1.25
Edad		
22 a 29 años	18	11.25
30 a 39 años	43	26.88
40 a 49 años	51	31.88
50 a 68 años	48	30.00
Total	160	100.00

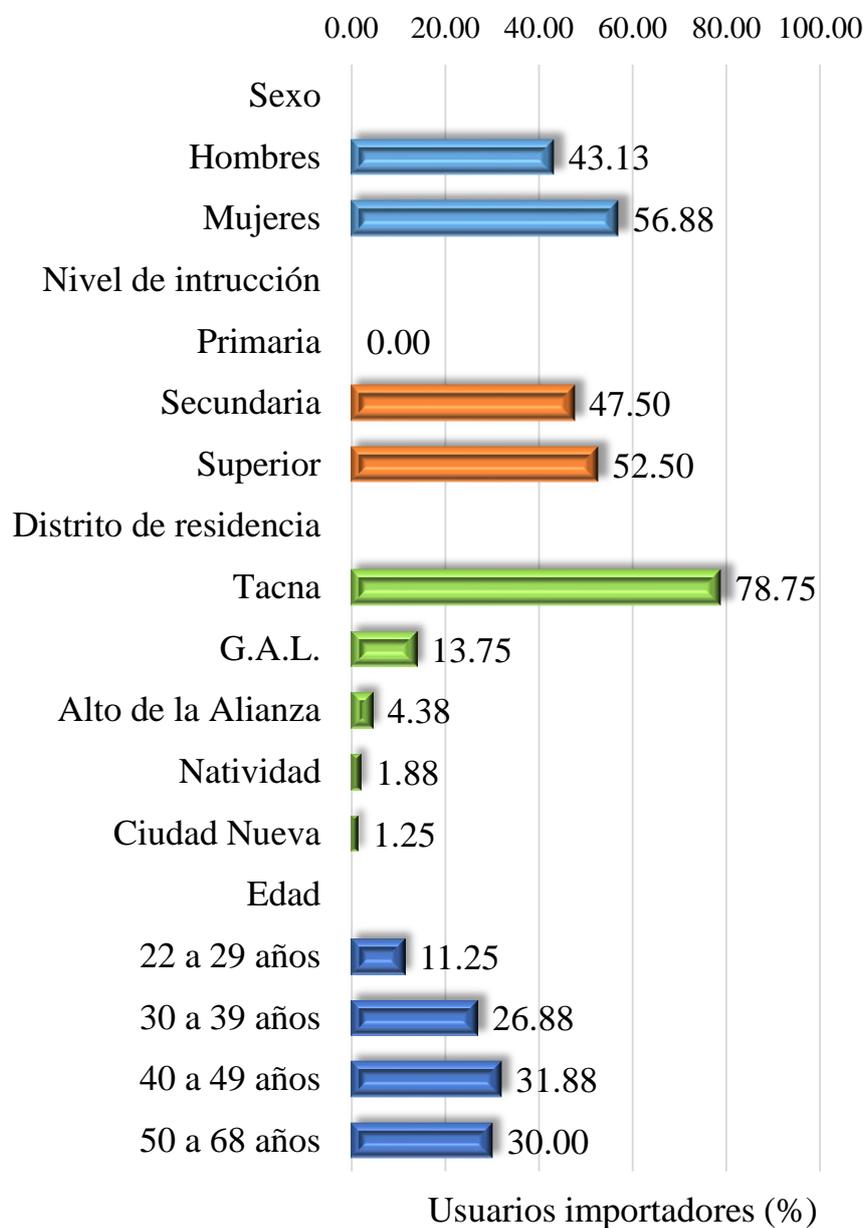
Nota: Elaboración por autor, Ficha de recolección de datos.

Interpretación:

En la presente tabla y figura N° 01, se observa la distribución de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna importadores de juguetes, donde respecto al género una mayoría son femeninos con un 56.88%, contra un 43.13% del género masculino, seguidamente respecto a la edad la menor edad fue de 22 años y la edad máxima fue de 68 años, dando un valor promedio de 42.91 años, así como un 11.25% presentaron edades de 22 a 29 años, en segundo lugar un 26.88% presentaron edades de 30 a 39, seguidamente un 31.88% presentaron edades entre 40 a 49 años y finalmente un 30.00% presentaron edades de 50 a 68 años.

Figura 9.

Descripción respecto al sexo, nivel de instrucción, distrito de residencia y edad de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00



Nota. Tabla 1

Tabla 13.

Distribución porcentual según la variable Facilitación Comercial, respecto de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.

Facilitación comercial	Usuarios importadores	
	n	%
Deficiente	0	0.00
Eficiente	39	24.38
Óptima	121	75.63
Total	160	100.00

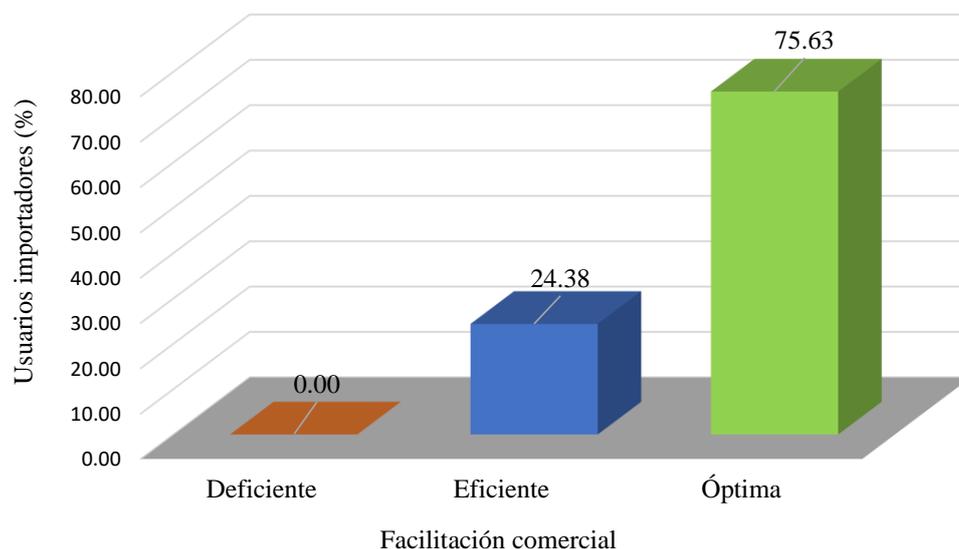
Nota: Elaboración a partir de la encuesta Influencia de la VUCE 2.0 como mecanismo de facilitación de comercio en la satisfacción del usuario de la Zona Comercial

Interpretación

En la tabla 13, Se observa que la variable facilitación comercial, donde se presenta un nivel óptimo con un 75.63%, seguido de un 24.38% en un nivel eficiente y no se encontró ningún encuestado que considera una deficiente facilitación comercial.

Figura 10.

Distribución porcentual según la variable Facilitación Comercial, respecto de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.



Nota: Elaboración a partir de la encuesta Influencia de la VUCE 2.0 como mecanismo de facilitación de comercio en la satisfacción del usuario de la Zona Comercial

Para medir las variables facilitación comercial y satisfacción del usuario, fue empleado un cuestionario de 29 ítems, todos en la escala Likert. Finalmente se ordenaron los ítems del cuestionario según la variable total y sus dimensiones.

Tabla 14.

Nivel de aspectos, institucionales y alcance, según los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00

Aspectos, institucionales y alcance	Usuarios importadores	
	n	%
Deficiente	45	28.13
Eficiente	94	58.75
Óptima	21	13.13
Total	160	100.00

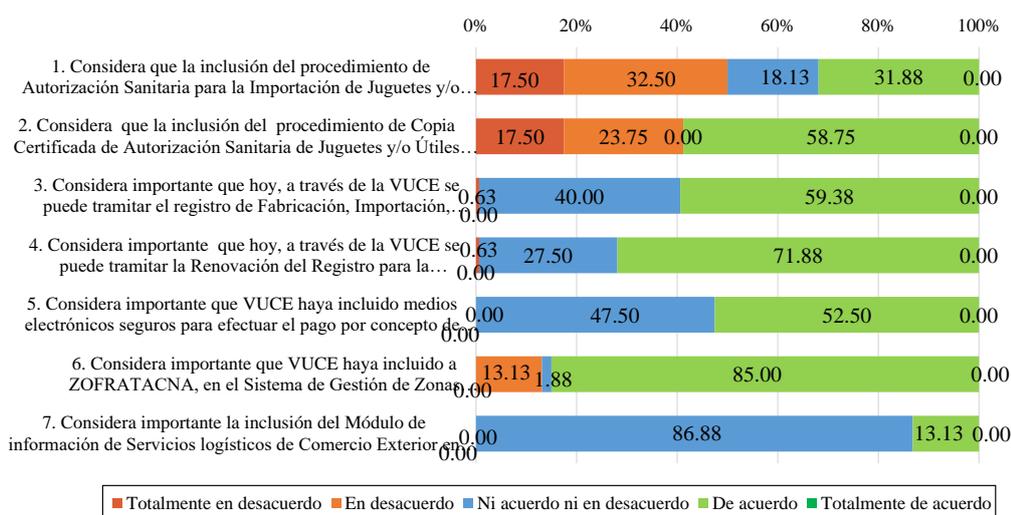
Nota: Elaboración a partir de la encuesta Influencia de la VUCE 2.0 como mecanismo de facilitación de comercio en la satisfacción del usuario de la Zona Comercial

Interpretación

Podemos inferir de la distribución porcentual del nivel de presencia de la dimensión Aspectos institucionales y alcance (ítems 01–07) que existe un nivel de eficiencia del 58,75% y un nivel de deficiencia del 28,13%, sin embargo, en el nivel óptimo, se nota una presencia de 13,13% de esta dimensión.

Figura 11.

Nivel de aspectos, institucionales y alcance, según los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00



Nota: Elaboración a partir de la encuesta Influencia de la VUCE 2.0 como mecanismo de facilitación de comercio en la satisfacción del usuario de la Zona Comercial.

Interpretación:

Según los resultados de la evaluación de la dimensión: Aspectos institucionales y alcances, fue evaluada a través de 7 ítems (ítem 01- ítem 07). Ante la afirmación del ítem 01, Considera que la inclusión del procedimiento de Autorización Sanitaria para la Importación de Juguetes y/o Útiles de Escritorio en la VUCE ha contribuido de

manera importante en mejorar el funcionamiento de su negocio, resultados indican que los encuestados están en desacuerdo, un 32.50%, un 17,50% totalmente en desacuerdo. Mientras que un 31.88% está de acuerdo y un 18.13% Ni de acuerdo ni en desacuerdo. Y por otra parte, ante la afirmación del ítem 02, Considera que la inclusión del procedimiento de Copia Certificada de Autorización Sanitaria de Juguetes y/o Útiles de Escritorio en la VUCE ha contribuido de manera importante en mejorar el funcionamiento de su negocio un 58.75% está de acuerdo, sin embargo, un 23.75% está en desacuerdo y un 17.50% está totalmente en desacuerdo.

Según la aseveración del ítem 03 la cual nos afirma que Considera importante que hoy, a través de la VUCE se puede tramitar el registro de Fabricación, Importación, Comercialización y Distribución de Juguetes y/o útiles de Escritorio, antes realizado por la DIRESA TACNA, un 59.38% considera estar de acuerdo, contra un 40.00% que considera estar ni de acuerdo ni en desacuerdo. Mientras, ante la afirmación del ítem 04, que nos dice que Considera importante que hoy, a través de la VUCE se puede tramitar la Renovación del Registro para la Fabricación, Importación, Comercialización y Distribución de Juguetes y/o útiles de Escritorio, antes realizado por la DIRESA TACNA, quienes en su mayoría son un 71.88% indicaron estar de acuerdo mientras un 27.50% están ni de acuerdo ni en desacuerdo. De otro lado, ante la afirmación del ítem 05, que nos dice que Considera importante que VUCE haya incluido medios electrónicos seguros para efectuar el pago por concepto de tramitación como el Sistema de pago electrónico de la SUNAT, quienes en su mayoría son un 52.50% indicaron estar de acuerdo mientras un 47.50% manifestaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo. Seguidamente, ante la afirmación del ítem 06 que nos dice que Considera importante que VUCE haya incluido a ZOFRATACNA, en el Sistema de

Gestión de Zonas Económicas Especiales, el 85.00% considera estar de acuerdo, contra un 13.13% que manifiesta estar en desacuerdo.

Por último, frente a la afirmación del ítem 07 que nos dice que Considera importante la inclusión del Módulo de información de Servicios logísticos de Comercio Exterior en la VUCE. el 86.88% considera estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras un 13.13% que manifiesta estar de acuerdo.

Tabla 15.

Nivel de contenido y estructura de los datos, según los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00

Contenido y estructura de los datos	Usuarios importadores	
	n	%
Deficiente	0	0.00
Eficiente	87	54.38
Óptima	73	45.63
Total	160	100.00

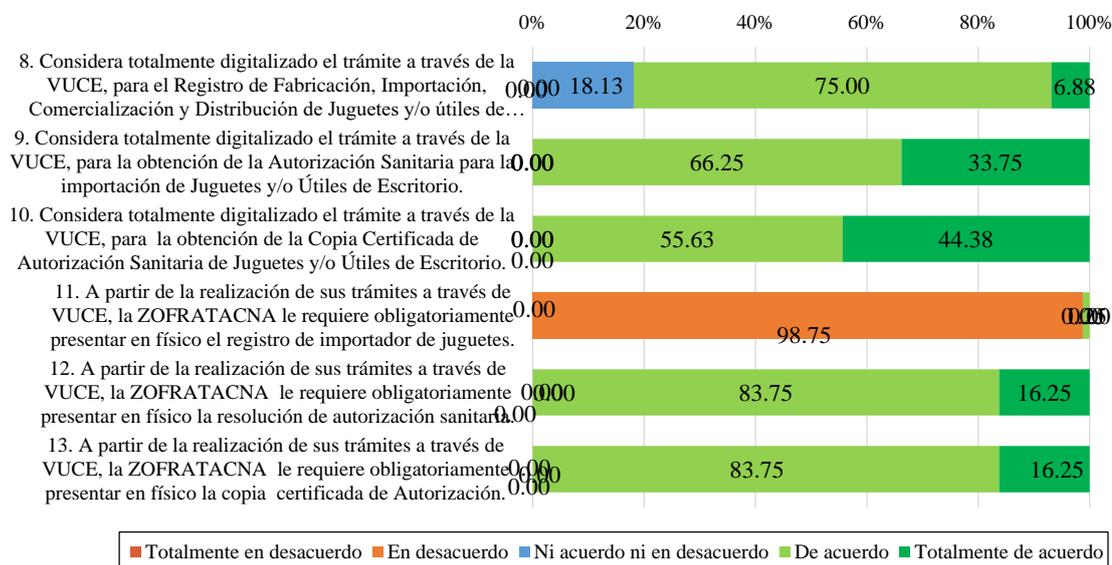
Nota: Elaboración a partir de la encuesta Influencia de la VUCE 2.0 como mecanismo de facilitación de comercio en la satisfacción del usuario de la Zona Comercial.

Interpretación:

De acuerdo a la distribución porcentual del nivel de presencia de la dimensión Contenido y estructura de los datos (ítem 08 – ítem 13), comprendemos que existe un nivel de presencia eficiente en un 54.38%, un nivel óptimo de 45.63% y finalmente no se encontró ningún encuestado con un nivel de deficiente en esta dimensión (0.00%).

Figura 12.

Nivel de contenido y estructura de los datos, según los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00



Nota: Elaboración a partir de la encuesta Influencia de la VUCE 2.0 como mecanismo de facilitación de comercio en la satisfacción del usuario de la Zona Comercial.

Según los resultados de la evaluación de la dimensión: Contenido y estructura de los datos, fue evaluada a través de 6 ítems (ítem 08- ítem 013). Ante la afirmación del ítem 08, Considera totalmente digitalizado el trámite a través de la VUCE, para el Registro de Fabricación, Importación, Comercialización y Distribución de Juguetes y/o útiles de Escritorio., los resultados indican que los encuestados están de acuerdo, un 75.00%, un 6,88% totalmente en desacuerdo. Mientras que un 18.13% está ni acuerdo ni en desacuerdo. Por otra parte, ante la afirmación del ítem 09, Considera totalmente digitalizado el trámite a través de la VUCE, para la obtención de la Autorización Sanitaria para la importación de Juguetes y/o Útiles de Escritorio. un 66.55% está de acuerdo, y un 33.75% está totalmente de acuerdo, lo que afirmaría que este ítem está claramente definido.

Con la afirmación del ítem 10 la cual que nos asevera que Considera totalmente digitalizado el trámite a través de la VUCE, para la obtención de la Copia Certificada de Autorización Sanitaria de Juguetes y/o Útiles de Escritorio., un 55.63% considera estar de acuerdo, junto a un 44.38% que considera estar totalmente de acuerdo, lo que afirmarí que este ítem está claramente definido. Por otro lado, ante la afirmación del ítem 11, que nos dice que A partir de la realización de sus trámites a través de VUCE, la ZOFRATACNA le requiere obligatoriamente presentar en físico el registro de importador de juguetes., quienes en su mayoría son un 98.75% indicaron estar en desacuerdo lo que afirmarí que este ítem está claramente definido. Por otro lado, ante la afirmación del ítem 12, que nos dice que A partir de la realización de sus trámites a través de VUCE, la ZOFRATACNA le requiere obligatoriamente presentar en físico la resolución de autorización sanitaria., quienes en su mayoría son un 83.75% indicaron estar de acuerdo y un 16.25% manifestaron estar totalmente de acuerdo.

Por último, ante la afirmación del ítem 13 que nos dice que A partir de la realización de sus trámites a través de VUCE, la ZOFRATACNA le requiere obligatoriamente presentar en físico la copia certificada de Autorización, el 83.75% considera estar de acuerdo y un 16.25% que manifiesta estar totalmente de acuerdo.

Tabla 16.

Nivel de marco legal, según los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00

Marco legal	Usuarios importadores	
	n	%
Deficiente	0	0.00
Eficiente	49	30.63
Óptima	111	69.38
Total	160	100.00

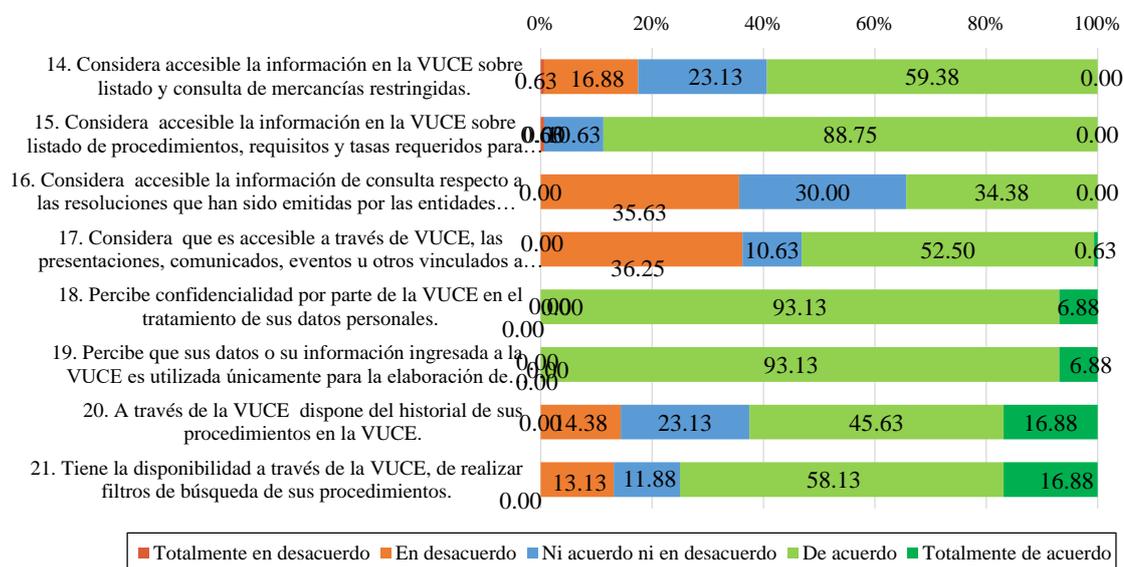
Nota: Elaboración a partir de la encuesta Influencia de la VUCE 2.0 como mecanismo de facilitación de comercio en la satisfacción del usuario de la Zona Comercial.

Interpretación:

De acuerdo a la distribución porcentual del nivel de presencia de la dimensión Marco Legal (ítem 14 – ítem 21), comprendemos que existe un nivel de presencia óptimo en un 69.38% y un nivel eficiente de 30.63% mientras que no hay presencia de un nivel deficiente.

Figura 13.

Nivel de marco legal, según los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00



Nota: Elaboración a partir de la encuesta Influencia de la VUCE 2.0 como mecanismo de facilitación de comercio en la satisfacción del usuario de la Zona Comercial.

Según los resultados de la evaluación de la dimensión: Marco legal, fue evaluada a través de 8 ítems (ítem 14 - ítem 21). Ante la afirmación del ítem 14, Considera accesible la información en la VUCE sobre listado y consulta de mercancías restringidas, los resultados indican que los encuestados están en de acuerdo en un 59.38% mientras que un 23.13% manifiestan estar ni acuerdo ni en desacuerdo y un 16.88% en desacuerdo. Por otra parte, ante la afirmación del ítem 15, Considera accesible la información en la VUCE sobre listado de procedimientos, requisitos y tasas requeridos para la importación de mercancía restringida. un 88.75% está de acuerdo, sin embargo, un 10.63% está ni acuerdo ni en desacuerdo.

Frente a la aseveración del ítem 16 la cual que nos afirma que Considera accesible la información de consulta respecto a las resoluciones que han sido emitidas por las entidades competentes en la VUCE., un 35.63% considera estar en desacuerdo

y un 30.00% que considera estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras el 34.38% manifiesta estar de acuerdo. Por otro lado, ante la afirmación del ítem 17, que nos dice que Considera que es accesible a través de VUCE, las presentaciones, comunicados, eventos u otros vinculados a sus operaciones que desarrolla a través de esta plataforma, quienes en su mayoría son un 52.50% indicaron estar de acuerdo mientras un 36.25% dijo estar en desacuerdo y un 10.63% están ni de acuerdo ni en desacuerdo. Por otra parte, ante la afirmación del ítem 18, que nos dice que Percibe confidencialidad por parte de la VUCE en el tratamiento de sus datos personales., quienes en su mayoría son un 93.13% indicaron estar de acuerdo y un 6.88% manifestaron estar totalmente de acuerdo lo que indica que este ítem está claramente definido. Así también, ante la afirmación del ítem 19 que nos dice que Percibe que sus datos o su información ingresada a la VUCE es utilizada únicamente para la elaboración de reportes, análisis y otros en favor de las entidades competentes y de la comunidad de comercio exterior, el 93.13% considera estar de acuerdo, y un 6.88% indicó estar totalmente de acuerdo. Seguidamente, ante la afirmación del ítem 20 que nos dice que A través de la VUCE dispone del historial de sus procedimientos en la VUCE, el 45.63% manifestó estar de acuerdo y un 16.88% indicó estar totalmente de acuerdo, mientras un 23.13% considera estar ni acuerdo ni en desacuerdo.

Por último, ante la afirmación del ítem 21 que nos dice que Tiene la disponibilidad a través de la VUCE, de realizar filtros de búsqueda de sus procedimientos. el 58.13% considera estar de acuerdo, y un 16.88% considera estar totalmente de acuerdo mientras un 13.13% que manifiesta estar en desacuerdo.

Tabla 17.

Nivel de arquitectura tecnológica, según los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00

Arquitectura tecnológica	Usuarios importadores	
	n	%
Deficiente	0	0.00
Eficiente	61	38.13
Óptima	99	61.88
Total	160	100.00

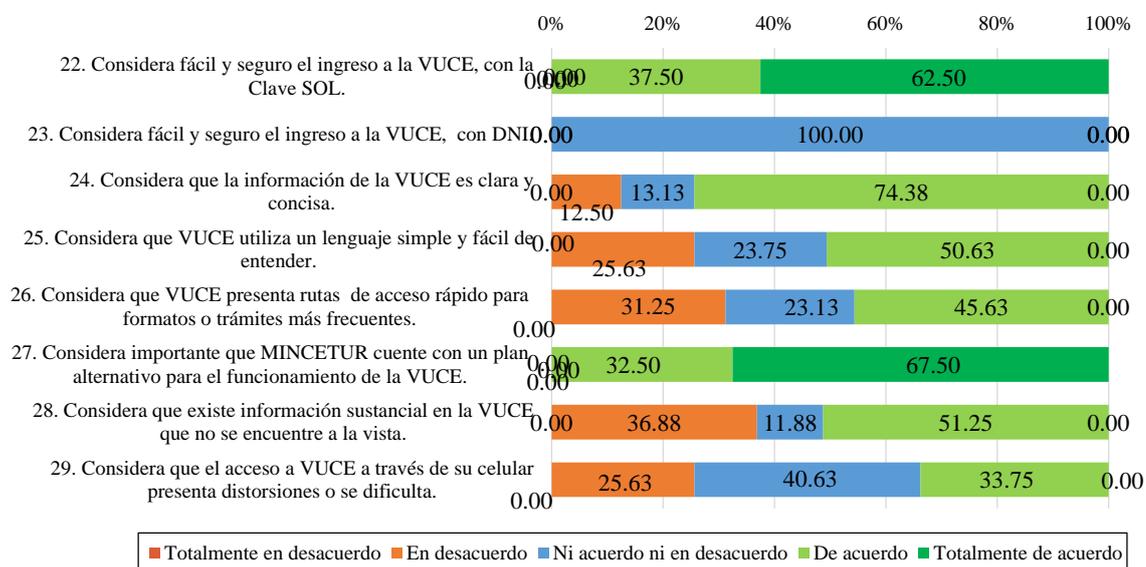
Nota: Elaboración a partir de la encuesta Influencia de la VUCE 2.0 como mecanismo de facilitación de comercio en la satisfacción del usuario de la Zona Comercial.

Interpretación:

De acuerdo a la distribución porcentual del nivel de presencia de la dimensión Arquitectura tecnológica (ítem 22 – ítem 29), comprendemos que existe un nivel de presencia óptimo en un 61.88% y un nivel eficiente de 38.13% mientras que no hay presencia de un nivel deficiente.

Figura 14.

Nivel de arquitectura tecnológica, según los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00



Nota: Elaboración a partir de la encuesta Influencia de la VUCE 2.0 como mecanismo de facilitación de comercio en la satisfacción del usuario de la Zona Comercial.

De acuerdo a los resultados de la evaluación de la dimensión: Arquitectura tecnológica, fue evaluada a través de 8 ítems (ítem 22 - ítem 29). Ante la afirmación del ítem 22, Considera fácil y seguro el ingreso a la VUCE, con la Clave SOL, los resultados indican que los encuestados están totalmente de acuerdo en un 62.50% y un 37.50% que manifiestan estar de acuerdo, lo que indica que este ítem está claramente definido. Por otro lado, ante la afirmación del ítem 23, Considera fácil y seguro el ingreso a la VUCE, con DNI, un 100% manifestó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, lo que indica que este ítem está claramente definido.

Frente a la aseveración del ítem 24 la cual que nos afirma que Considera que la información de la VUCE es clara y concisa, un 74.38% considera estar en de acuerdo contra un 13.13% que considera estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, y el 12.50% manifiesta estar en desacuerdo. Por otra parte, ante la afirmación del ítem 25,

que nos dice que Considera que VUCE utiliza un lenguaje simple y fácil de entender, quienes en su mayoría son un 50.63% indicaron estar de acuerdo mientras un 23.75% dijo estar ni acuerdo ni en desacuerdo y un 25.63% están en desacuerdo. Además, ante la afirmación del ítem 26, que nos dice que Considera que VUCE presenta rutas de acceso rápido para formatos o trámites más frecuentes, un 45.63% indicaron estar de acuerdo mientras un 31.25% manifestaron estar en desacuerdo junto a un 31.25% que indicó estar ni acuerdo ni en desacuerdo. Así también, ante la afirmación del ítem 27 que nos dice que Considera importante que MINCETUR cuente con un plan alternativo para el funcionamiento de la VUCE, en su mayoría el 67.50% considera estar totalmente de acuerdo, y un 32.50% indicó estar de acuerdo, lo que indica que este ítem está claramente definido. Seguidamente, ante la afirmación del ítem 28 que nos dice que Considera que existe información sustancial en la VUCE que no se encuentre a la vista, el 51.25% manifestó estar de acuerdo contra un 36.88% que indicó estar en desacuerdo y un 11.88% que considera estar ni acuerdo ni en desacuerdo.

Por último, frente a la afirmación del ítem 29 que nos dice que Considera que el acceso a VUCE a través de su celular presenta distorsiones o se dificulta, el 40.63% considera estar ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 25.63% considera estar en desacuerdo mientras un 33.75% que manifiesta estar en de acuerdo.

Tabla 18.

Distribución porcentual según la variable Satisfacción del Usuario, respecto de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.

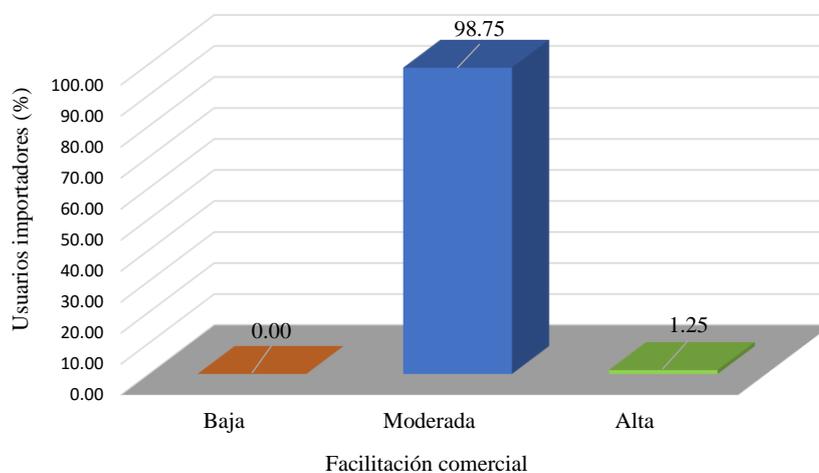
Satisfacción del usuario	Usuarios importadores	
	Nº	%
Baja	0	0.00
Moderada	158	98.75
Alta	2	1.25
Total	160	100.00

Nota: Elaboración a partir de la encuesta Influencia de la VUCE 2.0 como mecanismo de facilitación de comercio en la satisfacción del usuario de la Zona Comercial

En la tabla 18, observamos que la variable Satisfacción del usuario, presenta un nivel moderado con un 98.75%, un 1.25% en un nivel alto y finalmente no se encontró ningún encuestado en un nivel de baja satisfacción del usuario (0.00%).

Figura 15.

Distribución porcentual según la variable Satisfacción del Usuario, respecto de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.



Nota: Elaboración a partir de la encuesta Influencia de la VUCE 2.0 como mecanismo de facilitación de comercio en la satisfacción del usuario de la Zona Comercial

Para medir la variable satisfacción del usuario de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00, se empleó un cuestionario de 20 ítems, todos de escala Likert. Finalmente se ordenaron los ítems del cuestionario según la variable total y sus dimensiones respectivas.

Tabla 19.

Nivel de rendimiento de la plataforma, según los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00

Rendimiento de la Plataforma	Usuarios importadores	
	n	%
Bajo	27	16.88
Moderado	121	75.63
Alto	12	7.50
Total	160	100.00

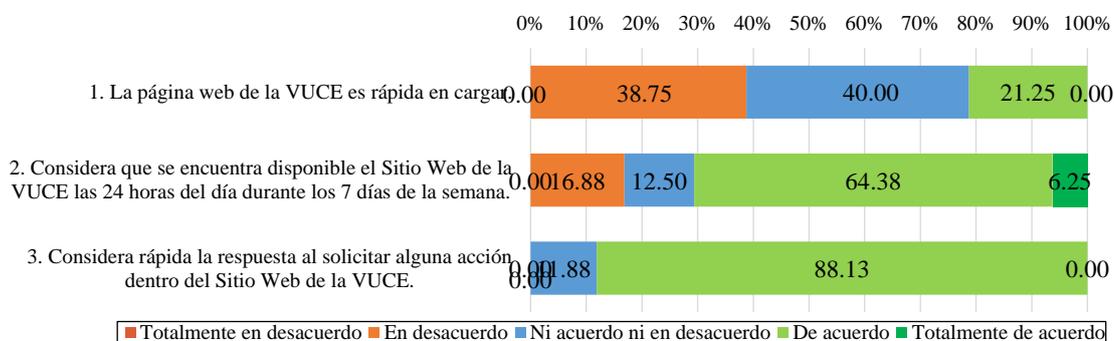
Nota: Elaboración a partir de la encuesta Influencia de la VUCE 2.0 como mecanismo de facilitación de comercio en la satisfacción del usuario de la Zona Comercial

Interpretación:

De acuerdo a la distribución porcentual del nivel de presencia de la dimensión Rendimiento de la plataforma (ítem 01 – ítem 03), comprendemos que existe un nivel de presencia alto en un 75.63% y un nivel alto de 7.50% además que en un nivel bajo se observa 16.88% de presencia de esta dimensión.

Figura 16.

Nivel de rendimiento de la plataforma, según los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00



Nota: Elaboración a partir de la encuesta Influencia de la VUCE 2.0 como mecanismo de facilitación de comercio en la satisfacción del usuario de la Zona Comercial

Interpretación:

Según los resultados de la evaluación de la dimensión: Rendimiento de la plataforma fue evaluada a través de 3 ítems (ítem 01- ítem 03). Ante la afirmación del ítem 01, La página web de la VUCE es rápida en cargar, los resultados indican que los encuestados están ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 40.00%, un 38.75% en desacuerdo, mientras que un 21.25% está de acuerdo. Por otro lado, ante la afirmación del ítem 02, Considera que se encuentra disponible el Sitio Web de la VUCE las 24 horas del día durante los 7 días de la semana, quienes en su mayoría son un 64.38% que está de acuerdo contra un 16.88% que está en desacuerdo y un 12.50% que manifiesta estar ni acuerdo ni en desacuerdo.

Finalmente, frente a la aseveración del ítem 03 la cual que nos afirma que Considera rápida la respuesta al solicitar alguna acción dentro del Sitio Web de la VUCE, quienes en su mayoría manifiestan estar de acuerdo con un 88.13%, mientras un 11.88% que considera estar ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Tabla 20.

Nivel de usabilidad, según los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00

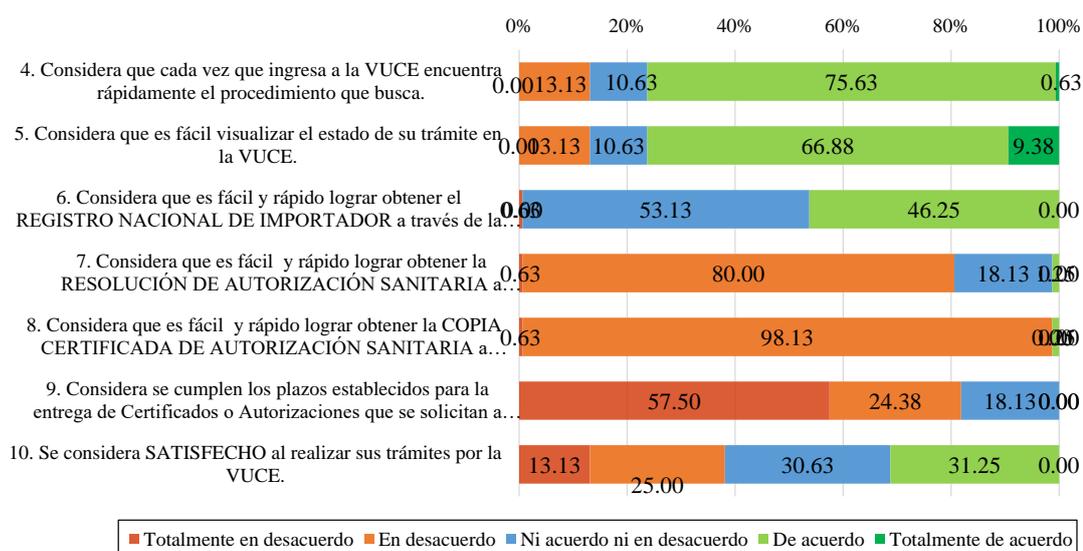
Usabilidad	Usuarios importadores	
	n	%
Baja	71	44.38
Moderada	89	55.63
Alta	0	0.00
Total	160	100.00

Nota: Elaboración a partir de la encuesta Influencia de la VUCE 2.0 como mecanismo de facilitación de comercio en la satisfacción del usuario de la Zona Comercial

De acuerdo a la distribución porcentual del nivel de presencia de la dimensión usabilidad (ítem 04 – ítem 10), comprendemos que existe un nivel de presencia moderado en un 55.63% mientras se observa un nivel bajo de 44.38%, no registrándose presencia en un nivel alto.

Figura 17.

Nivel de usabilidad, según los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00



Nota: Elaboración a partir de la encuesta Influencia de la VUCE 2.0 como mecanismo de facilitación de comercio en la satisfacción del usuario de la Zona Comercial

Interpretación:

Según los resultados de la evaluación de la dimensión: Usabilidad, fue evaluada a través de 7 ítems (ítem 04- ítem 10). Ante la afirmación del ítem 04, Considera que cada vez que ingresa a la VUCE encuentra rápidamente el procedimiento que busca, los resultados indican que en su mayoría los encuestados están de acuerdo en un 75.63%, mientras un 13.13% está en desacuerdo y un 10.63% está ni acuerdo ni en desacuerdo. Por otra parte, frente a la afirmación del ítem 05, Considera que es fácil visualizar el estado de su trámite en la VUCE, un 66.88% considera que está de acuerdo y un 9.38% está totalmente de acuerdo, sin embargo, un 13.13% está en desacuerdo.

Frente a la aseveración del ítem 06 la cual que nos afirma que Considera que es fácil y rápido lograr obtener el REGISTRO NACIONAL DE IMPORTADOR a través de la VUCE, un 53.13% considera estar ni acuerdo ni en desacuerdo, mientras un 46.25% que considera estar de acuerdo. Por otro lado, ante la afirmación del ítem 07, que nos dice que Considera que es fácil y rápido lograr obtener la RESOLUCIÓN DE AUTORIZACIÓN SANITARIA a través de la VUCE, quienes en su mayoría son un 80.00% indicaron estar en desacuerdo y un 18.13% manifestó estar ni acuerdo ni en desacuerdo, lo que indica que este ítem está claramente definido. Asimismo, ante la afirmación del ítem 08, que nos dice que Considera que es fácil y rápido lograr obtener la COPIA CERTIFICADA DE AUTORIZACIÓN SANITARIA a través de la VUCE, quienes en su mayoría son un 98.13% indicaron estar en desacuerdo lo que indica que este ítem está claramente definido. Seguidamente, ante la afirmación del ítem 09 que nos dice que Considera se cumplen los plazos establecidos para la entrega de Certificados o Autorizaciones que se solicitan a través de la VUCE, el 57.50%

manifestó estar totalmente en desacuerdo, un 24.38% que están en desacuerdo y un 18.13% que están ni acuerdo ni en desacuerdo lo que indica que este ítem está claramente definido.

Por último, frente a la afirmación del ítem 10 que nos dice que Se considera SATISFECHO al realizar sus trámites por la VUCE, el 31.25% considera estar de acuerdo, mientras un 30.63% que manifiesta estar ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 25% que está en desacuerdo.

Tabla 21.

Nivel de servicio de soporte, según los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00

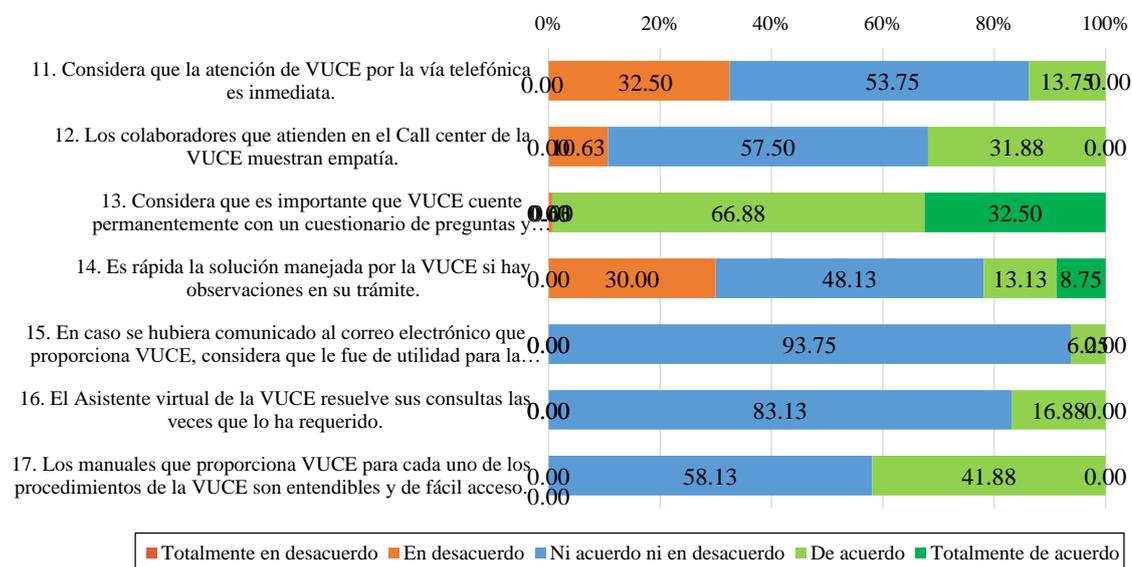
Servicio de Soporte	Usuarios importadores	
	n	%
Bajo	18	11.25
Moderado	142	88.75
Alto	0	0.00
Total	160	100.00

Nota: Elaboración a partir de la encuesta Influencia de la VUCE 2.0 como mecanismo de facilitación de comercio en la satisfacción del usuario de la Zona Comercial

De acuerdo a la distribución porcentual del nivel de presencia de la dimensión Servicio de soporte (ítem 11 – ítem 17), se visualiza un nivel de presencia moderado en un 88.75% a continuación que en un nivel bajo se observa 11.25% de presencia de esta dimensión, no registrándose un nivel de presencia alto.

Figura 18.

Nivel de servicio de soporte, según los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00



Nota: Elaboración a partir de la encuesta Influencia de la VUCE 2.0 como mecanismo de facilitación de comercio en la satisfacción del usuario de la Zona Comercial

Interpretación:

Según los resultados de la evaluación de la dimensión: Servicio de soporte, fue evaluada a través de 7 ítems (ítem 11- ítem 17). Ante la afirmación del ítem 11, Considera que la atención de VUCE por la vía telefónica es inmediata, resultados demuestran que los encuestados están ni acuerdo ni en desacuerdo, un 53.75%, un 32.50% en desacuerdo, mientras que un 13.75% está de acuerdo. Por otro lado, ante la afirmación del ítem 12, Los colaboradores que atienden en el Call center de la VUCE muestran empatía, un 57.50% está ni acuerdo ni en desacuerdo, un 10.63% está en desacuerdo, pero un 31.88% considera que está de acuerdo.

Frente a la aseveración del ítem 13 la cual que nos afirma que Considera que es importante que VUCE cuente permanentemente con un cuestionario de preguntas

y respuestas que frecuentemente pueden hacer los usuarios, quienes en su mayoría consideraron estar de acuerdo en un 66.88% y un 32.50% que considera estar totalmente de acuerdo, lo que indica que este ítem está claramente definido. Por otro lado, ante la afirmación del ítem 14, que nos dice que Es rápida la solución manejada por la VUCE si hay observaciones en su trámite, un 48.13% indicaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 30.00% que considera estar en desacuerdo, mientras un 13.13% están de acuerdo. Por otro lado, ante la afirmación del ítem 15, que nos dice que En caso se hubiera comunicado al correo electrónico que proporciona VUCE, considera que le fue de utilidad para la solución a su consulta, quienes en su mayoría son un 93.75% indicaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo mientras un 6.25% manifestaron estar de acuerdo. Seguidamente, ante la afirmación del ítem 16 que nos dice que El Asistente virtual de la VUCE resuelve sus consultas las veces que lo ha requerido, el 88.13% considera estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras un 16.88% que manifiesta estar de acuerdo.

Por último, ante la afirmación del ítem 17 que nos menciona que los manuales que proporciona VUCE para cada uno de los procedimientos de la VUCE son entendibles y de fácil acceso. el 58.13% considera estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras un 41.88% que manifiesta estar de acuerdo.

Tabla 22.

Nivel de automatización de procesos, según los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00

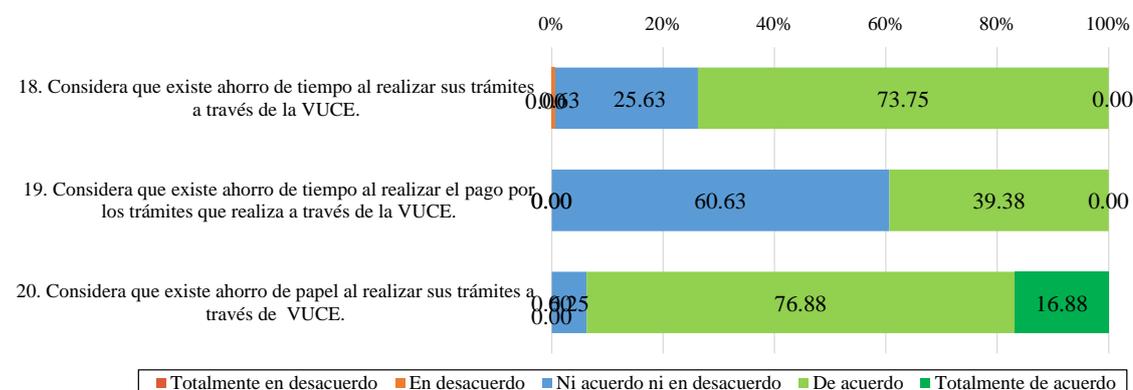
Automatización de Procesos	Usuarios importadores	
	n	%
Baja	0	0.00
Moderada	100	62.50
Alta	60	37.50
Total	160	100.00

Nota: Elaboración a partir de la encuesta Influencia de la VUCE 2.0 como mecanismo de facilitación de comercio en la satisfacción del usuario de la Zona Comercial

De acuerdo a la distribución porcentual del nivel de presencia de la dimensión Automatización de procesos (ítem 18 – ítem 20), se visualiza la existencia de un nivel de presencia moderado en un 62.50% y un nivel alto de 37.50% asimismo en un nivel bajo no se registra presencia en esta dimensión.

Figura 19.

Nivel de automatización de procesos, según los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00



Nota: Elaboración a partir de la encuesta Influencia de la VUCE 2.0 como mecanismo de facilitación de comercio en la satisfacción del usuario de la Zona Comercial

Según los resultados de la evaluación de la dimensión: Automatización de procesos, fue evaluada a través de 3 ítems (ítem 18 - ítem 20). Ante la afirmación del ítem 18, Considera que existe ahorro de tiempo al realizar sus trámites a través de la VUCE, los resultados visualizan que los encuestados están de acuerdo en un 73.75% mientras un 25.63% consideró estar ni acuerdo ni en desacuerdo. Por otra parte, ante la afirmación del ítem 19, Considera que existe ahorro de tiempo al realizar el pago por los trámites que realiza a través de la VUCE, quienes en su mayoría son un 60.63% que manifiestan estar ni de acuerdo ni en desacuerdo mientras un 39.38% que está de acuerdo.

Finalmente, frente a la aseveración del ítem 20 la cual que nos menciona que Considera que existe ahorro de papel al realizar sus trámites a través de VUCE, quienes en su mayoría manifiestan estar de acuerdo con un 76.88% y un 16.88% que considera estar totalmente de acuerdo mientras 6.25% dijo estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, lo que indica que este ítem está claramente definido.

4.4. Comprobación de supuestos

4.4.1. Prueba de normalidad para la variable facilitación comercial y satisfacción del usuario

La prueba de normalidad, que evalúa si el conjunto de datos procede de una distribución normal y permite realizar pruebas de hipótesis más precisas, se realizó antes de la prueba de hipótesis.

En este estudio se utilizó la prueba de Kolmogorov-Smirnov porque el tamaño de la muestra era superior a 30. Si el nivel de significación de los datos es inferior a

0,05, es seguro que los datos no proceden de una distribución normal. Si el nivel de significación de los datos es inferior a 0,05, es seguro que los datos no proceden de una distribución normal; sin embargo, si el nivel de significación es superior a 0,05, los datos presentarían una distribución normal.

Formulación de hipótesis

H₀: Los datos de la variable como dimensiones provienen de una distribución normal.

H₁: Los datos de la variable como dimensiones no provienen de una distribución normal.

Tabla 23.

Prueba de Kolmogorov-Smirnov, respecto a la variable y dimensiones:

Evaluación	Variable Dimensión	Kolmogorov-Smirnov			Presenta normalidad
		Estadístico	gl	Sig.	
Variable Independiente	Facilitación Comercial	,262	160	,086	Sí
	Aspectos Institucionales y alcance	,271	160	,088	Sí
	Contenido y estructura de los datos	,309	160	,072	Sí
	Marco legal	,298	160	,078	Sí
	Arquitectura tecnológica	,208	160	,082	Sí
Variable dependiente	Satisfacción del usuario	,286	160	,078	Sí
	Rendimiento de la plataforma	,308	160	,082	Sí
	Usabilidad	,291	160	,077	Sí
	Servicio de soporte	,322	160	,079	Sí
	Automatización de procesos	,256	160	,079	Sí

Nota1: P valor = Sig bilateral ($p < 0.05$); se concluye que se rechaza la H₀
 Nota: Elaborado con programa Excel y SPSS

Dado que p valor (Sig asintótica bilateral) respecto a las variables es mayor al valor de α (0,05), entonces no se rechaza la hipótesis nula, lo que permitió afirmar que

los datos de las puntuaciones de la variable como dimensiones proceden de una distribución normal, por lo tanto, se procederán a utilizar las pruebas estadísticas paramétricas para la hipótesis general y específicas, en este caso la prueba de r de Pearson y la prueba de regresión lineal simple.

4.5. Contraste de hipótesis

4.5.1. Contraste de hipótesis General

a) Formulación de Hipótesis:

Variable dependiente: Satisfacción del usuario

Variable independiente: Facilitación comercial

b) Planteamiento de Hipótesis:

Ho: La Ventanilla Única de Comercio Exterior, versión 2.0 no influye de forma significativa como mecanismo de facilitación comercial en la satisfacción de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.

Hi: La Ventanilla Única de Comercio Exterior, versión 2.0 influye de forma significativa como mecanismo de facilitación comercial en la satisfacción de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.

c) **Determinar el nivel de significancia**

Nivel de Significancia (alfa) $\alpha = 5\%$

d) **Elección de la prueba estadística:**

Entre los distintos tipos de correlación, seleccionamos la prueba estadística t-Student mediante un modelo de regresión lineal.

Tabla 24.

Resultados del Modelo de regresión lineal de la hipótesis general (puntajes directos)

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,936 ^a	,877	,876	1,802

a. Predictores: (Constante), Facilitación comercial

Nota: Elaboración, a partir de programa estadístico SPSS

Los resultados de la tabla 24 demuestra que existe una correlación significativa ($R = 0.936$), es positiva y directa, es decir cuando mejora la facilitación comercial de la VUCE versión 2.0, aumenta la satisfacción del usuario, por otra parte, el coeficiente de determinación (R^2) cuyo valor es importante para poder medir el grado de ajuste que tiene nuestro modelo planteado, evidencia un valor de 0.877, por tanto se demuestra que un 87.7% de la variable facilitación comercial es explicada gracias a la variable satisfacción del usuario, mientras la otra parte de la satisfacción del usuario (12.3%) se debe a otros factores diferentes.

- Nivel de significancia = 5% = 0.05

- Coeficiente de Determinación $R^2 = (0.936)^2 = 0.877$
- P-Valor = 1,1222E-73 es menor que el nivel de significancia (alfa) = 0.05

Tabla 25.

Coefficientes del modelo de regresión lineal de la hipótesis general

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Error estándar	Beta		
(Constante)	2,848	1,830		1,556	,122
¹ Facilitación comercial	,588	,018	,936	33,499	,000

a. Variable dependiente: Satisfacción del Usuario

Nota: Elaboración, a partir de programa estadístico SPSS

Conclusión:

Dado que el coeficiente t calculado tiene un valor de $T_c = +33,499$ (superior a $T_t = +1,645$ con un nivel de confianza del 95%), se rechaza la hipótesis nula. La hipótesis nula (H_0) se rechaza debido a que el P-valor = 0,000, que es inferior al nivel de significación (alfa) = 0,05, lo que lleva a la siguiente conclusión:

La Ventanilla Única de Comercio Exterior, versión 2.0 influye de forma significativa como mecanismo de facilitación comercial en la satisfacción de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.

4.5.2. Contraste de la primera hipótesis específica

a) Formulación de Hipótesis:

Variable dependiente: Satisfacción del usuario

Variable independiente: Aspectos institucionales y alcance

b) Planteamiento de Hipótesis:

Ho: Los aspectos, institucionales y alcance de la VUCE no influyen de forma significativa en la satisfacción de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.

Hi: Los aspectos, institucionales y alcance de la VUCE influyen de forma significativa en la satisfacción de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.

c) Determinar el nivel de significancia

Nivel de Significancia (alfa) $\alpha = 5\%$

d) Elección de la prueba estadística:

Entre los distintos tipos de correlación, seleccionamos la prueba estadística t-Student mediante un modelo de regresión lineal.

Tabla 26.

Resultados del Modelo de regresión lineal de la primera hipótesis específica (puntajes directos)

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,589 ^a	.347	.343	4.142

a. Predictores: (Constante), Aspectos, institucionales y alcances

Nota: Elaboración, a partir del programa estadístico SPSS

La tabla 26 visualiza los resultados los cuales demuestran que existe una correlación significativa ($R = 0.589$), es media, es decir cuando mejora los aspectos institucionales y alcances de la VUCE versión 2.0, aumenta la satisfacción del usuario, por otra parte, el coeficiente de determinación (R^2), que nos permite evaluar el grado de ajuste en nuestro modelo sugerido, tiene un valor de 0,347, lo que indica que la dimensión aspectos institucionales y alcance representa el 34,7% de la variable satisfacción del usuario, mientras la otra parte de la satisfacción del usuario (65.3%) se debe a otros factores diferentes.

- Nivel de significancia = 5% = 0.05
- Coeficiente de Determinación $R^2 = (0.589)^2 = 0.347$
- P-Valor = 2,3907E-16 es menor que el nivel de significancia (alfa) = 0.05

Tabla 27.

Coefficientes del Modelo de regresión de la primera hipótesis específica

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Error estándar	Beta		
(Constante)	44.216	2.178		20.300	.000
1 Aspectos, institucionales y alcances	.848	.092	.589	9.173	.000

a. Variable dependiente: Satisfacción del Usuario

Nota: Elaboración, a partir del programa estadístico SPSS

Conclusión:

Dado que el coeficiente "t" estimado tiene un valor de $T_c = +9,173$, que es mayor que $T_t = +1,645$ con un nivel de confianza del 95%, se rechaza la hipótesis nula. Puesto que el valor $P = 0,000$ es inferior al nivel de significación (alfa) = 0,05, se rechaza la hipótesis nula (H_0), lo que da lugar a la siguiente conclusión:

Los aspectos, institucionales y alcance de la VUCE influyen de forma significativa en la satisfacción de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.

4.5.3. Contraste de la segunda hipótesis específica

a) Formulación de Hipótesis:

Variable dependiente: Satisfacción del usuario

Variable independiente: Contenido y estructura de los datos

b) Planteamiento de Hipótesis:

Ho: El contenido y estructura de los datos de la VUCE no influye de forma significativa en la satisfacción de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.

Hi: El contenido y estructura de los datos de la VUCE influye de forma significativa en la satisfacción de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.

c) Determinar el nivel de significancia

Nivel de Significancia (alfa) $\alpha = 5\%$

d) Elección de la prueba estadística:

Entre los distintos tipos de correlación, seleccionamos la prueba estadística t-Student mediante un modelo de regresión lineal

Tabla 28.

Resultados del Modelo de regresión lineal de la segunda hipótesis específica (puntajes directos)

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,403 ^a	.162	.157	4.693

a. Predictores: (Constante), Contenido y estructura de los datos

Nota: Elaboración, a partir de programa estadístico SPSS

La tabla 28 visualiza en sus resultados que existe una correlación ($R = 0.403$) es decir cuando mejora el contenido y estructura de los datos de la VUCE versión 2.0, aumenta la satisfacción del usuario, asimismo, el coeficiente de determinación (R^2), que nos permite medir el grado de ajuste que tiene nuestro modelo sugerido, indica un valor de 0.162, indicando que la dimensión de contenido y la estructura de datos son responsables de explicar el 16.2% de la variable satisfacción del usuario, mientras la otra parte de la satisfacción del usuario (83.8%) se debe a otros factores diferentes.

- Nivel de significancia = 5% = 0.05
- Coeficiente de Determinación $R^2 = (0.403)^2 = 0.162$
- P-Valor = 1,2597E-7 es menor que el nivel de significancia (alfa) = 0.05

Tabla 29.

Coefficientes del Modelo de regresión de la segunda hipótesis específica

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Error estándar	Beta		
(Constante)	30.268	6.098		4.963	.000
1 Contenido y estructura de los datos	1.464	.264	.403	5.536	.000

a. Variable dependiente: Satisfacción del Usuario

Nota: Elaboración, a partir de programa estadístico SPSS

Conclusión:

Dado que el coeficiente "t" calculado tiene un valor de $T_c = +5,536$ (superior a $T_t = +1,645$ con un nivel de confianza del 95%), se rechaza la hipótesis nula. La hipótesis nula (H_0) se rechaza debido al valor $P = 0,000$, que es inferior al nivel de significación ($\alpha = 0,05$), lo que lleva a la siguiente conclusión:

El contenido y estructura de los datos de la VUCE influye de forma significativa en la satisfacción de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.

4.5.4. Contraste de la tercera hipótesis específica

a) Formulación de Hipótesis:

Variable dependiente: Satisfacción del usuario

Variable independiente: Marco legal

b) Planteamiento de Hipótesis:

Ho: El marco legal de la VUCE no influye de forma significativa en la satisfacción de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.

Hi: El marco legal de la VUCE influye de forma significativa en la satisfacción de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.

c) Determinar el nivel de significancia:

Nivel de Significancia (alfa) $\alpha = 5\%$

d) Elección de la prueba estadística:

Entre los distintos tipos de correlación, seleccionamos la prueba estadística t-Student mediante un modelo de regresión lineal.

Tabla 30.

Resultados del Modelo de regresión lineal de la tercera hipótesis específica (puntajes directos)

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,856 ^a	.733	.732	2.648

a. Predictores: (Constante), Marco legal

Nota: Elaboración, a partir de programa estadístico SPSS

La tabla 30 visualiza en sus resultados que existe una correlación significativa ($R = 0.856$) es decir cuando mejora el marco legal de la VUCE versión 2.0, aumenta la satisfacción del usuario, asimismo, el coeficiente de determinación (R^2), que nos permite medir el grado de ajuste que tiene nuestro modelo propuesto, indica un valor de 0,733, indicando que la dimensión marco legal explica el 73,3% de la variable satisfacción del usuario, mientras la otra parte de la satisfacción del usuario (26.7%) se debe a otros factores diferentes.

- Nivel de significancia = 5% = 0.05
- Coeficiente de Determinación $R^2 = (0.856)^2 = 0.733$
- P-Valor = 3,3461E-47 es menor que el nivel de significancia (alfa) = 0.05

Tabla 31.

Coefficientes del Modelo de regresión de la tercera hipótesis específica

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Error estándar	Beta		
1 (Constante)	25.270	1.868		13.524	.000
Marco legal	1.333	.064	.856	20.843	.000

a. Variable dependiente: Satisfacción del Usuario

Nota: Elaboración, a partir del programa estadístico SPSS

Conclusión:

Dado que el coeficiente "t" calculado tiene un valor de $T_c = +20,843$ (superior a $T_t = +1,645$ con un nivel de confianza del 95%), este resultado rechaza la hipótesis nula. Asimismo, se rechaza la hipótesis nula (H_0) porque se ha encontrado un valor $P = 0,000$, es decir, inferior al nivel de significación ($\alpha = 0,05$). Así pues, llegamos a la conclusión de que

El marco legal de la VUCE influye de forma significativa en la satisfacción de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.

4.5.5. Contraste de la cuarta hipótesis específica

a) Formulación de Hipótesis:

Variable dependiente: Satisfacción del usuario

Variable independiente: Arquitectura tecnológica

b) Planteamiento de Hipótesis:

Ho: La arquitectura tecnológica de la VUCE no influye de forma significativa en la satisfacción de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.

Hi: La arquitectura tecnológica de la VUCE influye de forma significativa en la satisfacción de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.

c) Determinar el nivel de significancia:

Nivel de Significancia (alfa) $\alpha = 5\%$

d) Elección de la prueba estadística:

Entre los distintos tipos de correlación, seleccionamos la prueba estadística t-Student mediante un modelo de regresión lineal.

Tabla 32.

Resultados del Modelo de regresión lineal de la cuarta hipótesis específica (puntajes directos)

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,839 ^a	.704	.702	2.790

a. Predictores: (Constante), Arquitectura tecnológica

Nota: Elaboración, a partir del programa estadístico SPSS

La tabla 32 visualiza en sus resultados que existe una correlación significativa ($R = 0.839$) es decir cuando mejora la arquitectura tecnológica de la VUCE versión 2.0, aumenta la satisfacción del usuario, por otra parte, el coeficiente de determinación (R^2) de nuestro modelo propuesto, que mide qué tan bien se ajusta a los datos, indica un valor de 0.704, lo que indica que la dimensión de la arquitectura tecnológica explica el 70.4% de la variable satisfacción del usuario., mientras la otra parte de la satisfacción del usuario (29.6%) se debe a otros factores diferentes.

- Nivel de significancia = 5% = 0.05
- Coeficiente de Determinación $R^2 = (0.839)^2 = 0.704$
- P-Valor = 1,2585E-43 es menor que el nivel de significancia (alfa) = 0.05

Tabla 33.

Coefficientes del Modelo de regresión de la cuarta hipótesis específica

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Error estándar	Beta		
(Constante)	16.010	2.483		6.447	.000
1 Arquitectura tecnológica	1.681	.087	.839	19.389	.000

a. Variable dependiente: Satisfacción del Usuario

Nota: Elaboración, a partir del programa estadístico SPSS

Conclusión:

Dado que el coeficiente "t" calculado tiene un valor de $T_c = +19,389$ (superior a $T_t = +1,645$ con un nivel de confianza del 95%), se rechaza la hipótesis nula. La hipótesis nula (H_0) se rechaza debido al valor $P = 0,000$, que es inferior al nivel de significación (α) = 0,05, lo que lleva a la siguiente conclusión:

La arquitectura tecnológica de la VUCE influye de forma significativa en la satisfacción de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.

CONCLUSIONES

Primera

De acuerdo a las percepciones de los usuarios, y con un nivel de confianza del 95%, se determina en la presente investigación que la VUCE 2.0 como mecanismo de facilitación comercial influye de forma significativa en la satisfacción de los usuarios de la zona comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00,

Segunda

Con un nivel de confianza del 95%, el desarrollo de la investigación ha permitido confirmar que los aspectos, institucionales y alcance de la VUCE, versión 2.0 influyen de forma significativa en la satisfacción de los usuarios de la zona comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00, alcanzando esta dimensión un nivel eficiente de facilitación comercial de 58.75%, debido a que los usuarios consideran que si bien los la obtención del registro nacional de importador, las autorizaciones sanitarias y copias certificadas, se encuentran totalmente integrados a través de la VUCE, aún necesitan cierta guía y trato especial incidiendo en el procedimiento de la obtención de la autorización sanitaria, que conlleva mayores requisitos y costos altos para el usuario de la zona comercial.

Tercera:

Con un nivel de confianza del 95%, el desarrollo de esta investigación ha permitido confirmar que el contenido y estructura de los datos de la VUCE, versión 2.0, influye significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna

que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00, alcanzando esta dimensión un nivel eficiente de 54.38% comercial debido a que si bien la mayoría de los usuarios consideran que los trámites en la VUCE están 100% digitalizados, aún la Zofra Tacna en el Despacho Simplificado les requiere en físico la presentación de la autorización Sanitaria u copia certificada, ocasionándoles demoras al tener que presentarlo, habiéndose ya tramitado por la VUCE, y esto influyó directamente en una moderada satisfacción de los usuarios.

Cuarta:

Con un nivel de confianza del 95%, el desarrollo de esta investigación ha permitido confirmar que el marco legal de la VUCE, versión 2.0, influye de forma significativa en la satisfacción de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00, alcanzando esta dimensión un nivel óptimo de 69.38% debido a que los usuarios consideran que es accesible la información tramitada a través de la VUCE, y perciben confidencialidad en el tratamiento de sus datos personales.

Quinta:

Con un nivel de confianza del 95%, el desarrollo de esta investigación ha permitido confirmar que la arquitectura tecnológica de la VUCE, versión 2.0, influye de forma significativa en la satisfacción de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00, alcanzando esta dimensión un nivel óptimo de 61.88% puesto que los usuarios consideraron que la plataforma es de fácil acceso y su diseño actual es muy intuitivo para generar rápidamente sus procedimientos.

RECOMENDACIONES

Primera:

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, a través de la Comisión Especial de la VUCE junto a la Diresa Tacna deben estar en constante capacitaciones a los usuarios de la Zona Comercial de Tacna acerca de los aspectos institucionales y alcances de las nuevas actualizaciones, nuevos servicios y procedimientos incluidos en la plataforma para que el usuario tenga mayor conocimiento y mejor uso de esta plataforma de la VUCE 2.0.

Tercera:

Según la dimensión contenido y estructura de los datos que busca la reducción de trámites duplicados se sugiere que la ZofraTacna a través de la Oficina de Operaciones del Despacho Simplificado, que deban reforzar la integración con la plataforma de la VUCE 2.0, puesto que el 83.75% de los usuarios manifiestan que se les ha pedido documentos en físico de sus autorizaciones y copias certificadas gestionadas a través de la VUCE para liberar sus despachos.

Cuarta:

Se sugiere evaluar una tasa especial, a través del marco legal de la Ley N° 28376 que restringe la importación de juguetes, para los usuarios que importan sus mercancías haciendo uso del régimen de ZofraTacna para el TUPA 41- Autorización Sanitaria para la importación de Juguetes y/o Útiles de Escritorio, ya que el actual procedimiento contempla un costo de s/555.9, y dicho coste no es competitivo para un usuario que importa sus mercancías no mayor a \$2000 por despacho y \$10,000 por

mes, a diferencia de los importadores nacionales que ingresan sus productos por contenedores a través del Puerto del Callao. Este hecho hace que la gran mayoría de los usuarios tramiten sus despachos con el TUPA 42 – Copias Certificadas de Autorización Sanitaria, puesto que no les es conveniente tramitar la Autorización Sanitaria para un valor mínimo de productos importados. Disminuyendo así su competitividad para traer nuevos productos que no están contemplados en las Copias Certificadas de Autorización Sanitaria.

Quinta:

Se sugiere a la Comisión Especial de la VUCE continuar con las mejoras de la arquitectura tecnológica de la plataforma de la VUCE 2.0, tanto por la página web como por el aplicativo móvil continuando con mejores desarrollos y diseño intuitivo para encontrar rápidamente los procedimientos requeridos por el usuario, asimismo se recomienda mejorar la operatividad de la plataforma las 24 horas y disminuyendo los momentos en que esta pueda caerse, pudiendo así afectar la satisfacción del usuario.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ACSI. (s.f. de s.f. de s.f.). *ACSI*. Obtenido de ACSI Sitio Web:
<https://www.theacsi.org/about-acsi/the-science-of-customer-satisfaction>
- BCM. (27 de Marzo de 2018). *BCM*. Obtenido de BCM. Sitio Web:
<https://www.bcm.marketing/bcm-blog/usabilidad-web/#None>
- CEPAL. (s.f.). *CEPAL*. Obtenido de CEPAL Sitio Web:
<https://www.cepal.org/es/temas/facilitacion-del-comercio>
- CEPAL. (s.f. de s.f. de s.f.). *Naciones Unidas CEPAL Sitio Web*. Obtenido de Naciones Unidas CEPAL Sitio Web:
<https://www.cepal.org/es/subtemas/facilitacion-comercio>
- Chile Aduanas. (s.f. de s.f. de s.f.). *Chile Aduanas* . Obtenido de Chile Aduanas Sitio Web: s.f.
- ComexPerú. (21 de Septiembre de 2018). *La VUCE 2.0 ComexPerú*. Obtenido de ComexPerú Sitio Web: <https://www.comexperu.org.pe/articulo/la-vuce-20>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (s.f. de s.f. de s.f.). *Temas: Comisión Económica para América Latina y el Caribe* . Obtenido de Comisión Económica para América Latina y el Caribe Sitio Web:
<https://www.cepal.org/es/temas/facilitacion-del-comercio>
- Cruz, L. (2012). *El rol de las aduanas Pedro de Alvarado de Guatemala y la Hachadura en El Salvador, como facilitadoras del comercio internacional*. Guatemala: Universidad San Carlos de Guatemala.
- EcuRed. (s.f. de s.f. de s.f.). *EcuRed*. Obtenido de EcuRed Sitio Web:
<https://www.ecured.cu/ACSI>

- El Comercio. (13 de Abril de 2021). Zofratacna: 2,500 usuarios podrán realizar sus trámites de comercio exterior desde la VUCE. *Diario El Comercio*.
- Ferreras, H. J. (2008). *Aplicación de la usabilidad al proceso de desarrollo de páginas Web*. Madrid: Universidad Politécnica de Madrid.
- Flores, E. (2018). *Proceso Administrativo y su Relación con la Satisfacción de los Usuarios del OSIPTEL en los Servicios de Telecomunicaciones en el Distrito de Tacna 2018*. Tacna: Universidad Privada de Tacna.
- Giese, J. L., & Cote, J. A. (2000). *Defining Consumer Satisfaction* . Washington: Academy of Marketing Science Review .
- Gonzales, S. (2018). *Relación de la calidad de servicio logístico, satisfacción y la lealtad del cliente a los agentes de carga marítimo Puerto Callao 2018 - Telefonía celular*. Lima: Universidad San Ignacio de Loyola.
- Google Analytics. (s.f. de s.f. de s.f.). *Support Google*. Obtenido de Support Google Web Site:
<https://support.google.com/analytics/answer/1205784?hl=es#zippy=%2Ccontenido-del-art%C3%ADculo>
- Grande, R. C. (28 de Noviembre de 2019). *Medium*. Obtenido de Medium Sitio Web:
<https://medium.com/@rcougil/rendimiento-en-aplicaciones-web-fundamentos-50a004d33a19>
- Hoffman, D., & Bateson, J. (2002). *Fundamentos de Marketing de Servicios. Conceptos, estrategias y casos*. Colorado: Cengage Learning 2.
- ICC México. (2017). Comercio Internacional y Facilitación Comercial. *ICC México Pauta*, 43.

- IONOS. (13 de Julio de 2020). *Startup Guide IONOS*. Obtenido de Startup Guide IONOS Sitio Web: <https://www.ionos.es/startupguide/gestion/el-modelo-kano/>
- ISO. (2015). *Norma Internacional ISO 9001*. Ginebra: Secretaría Central de ISO.
- ISO ORG. (s.f. de s.f. de s.f.). *ISO ORG*. Obtenido de ISO ORG Web Site: <https://www.iso.org/news/2016/03/Ref2058.html>
- ISOTools. (28 de Marzo de 2018). *ISOTools*. Obtenido de ISOTools Sitio Web: <https://www.isotools.org/2018/03/28/por-que-automatizar-los-procesos-en-tu-organizacion/>
- Jaén, A. (2010). La UNCTAD y la integración regional en África. *Nova Africa*, 108.
- Johnson, N. (8 de Enero de 2009). *Search Engine Watch*. Obtenido de Search Engine Watch Sitio Web: <https://www.searchenginewatch.com/2009/01/08/web-application-delays-of-5-seconds-or-more-significantly-affect-business-performance/>
- Kiziryan, M. (27 de Mayo de 2015). *Definiciones: Economipedia.com*. Obtenido de Economipedia.com Sitio Web: <https://economipedia.com/definiciones/importacion.html>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de marketing*. México: Pearson Educación de México, S.A.
- Matsumoto, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa. *PERSPECTIVAS*, 185-186.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (s.f. de s.f. de s.f.). *MINCETUR*. Obtenido de MINCETUR Sitio Web: https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/facilitacion_comercio_exterior/ficha_facilitacion_acuerdo.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (s.f.). *VUCE* . Obtenido de VUCE Sitio

Web: https://www.vuce.gob.pe/Folletos/como_usar_vuce.pdf

Molero, N. (2018). *La puntualidad en la Administración pública y su relación con la satisfacción de los usuarios de la municipalidad provincial de Tacna, año 2017*. Tacna: Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann .

Naciones Unidas. (s.f. de s.f. de 2012). *Guía de Implementación de la Facilitación del Comercio*. Obtenido de Guía de Implementación de la Facilitación del Comercio Sitio Web: <http://tfig.unece.org/SP/details.html>

Noguez, V. (2015). *ISO 9001:2015. El futuro de la Calidad*. ISOTools Excellence.

OCDE. (2018). *Trade Facilitation and the Global Economy*. Paris: OCDE.

Organización Mundial de Comercio. (s.f.). *Organización Mundial de Comercio*. Obtenido de Organización Mundial de Comercio Sitio Web: <https://www.omc.org/lkjakldjakljas>

Organización Mundial del Comercio. (s.f. de s.f. de s.f.). *Organización Mundial del Comercio Sitio Web*. Obtenido de Organización Mundial del Comercio Sitio Web: https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tradfa_s/tradfa_s.htm

Ortiz, T., Díaz-Cerón, A., & Alarcón, C. (2018). *Evaluación de la calidad en el servicio de la consulta externa a través del modelo SERVQUAL, en un hospital oncológico en Veracruz*. Veracruz: Red Iberoamericana de Academias de Investigación A.C.

Palella, S. &. (2012). *Metodología de la investigación cuantitativa*. Caracas: FEDUPEL.

Peiró, R. (08 de Junio de 2020). *Definiciones: Economipedia.com*. Obtenido de Economipedia.com Sitio Web: <https://economipedia.com/definiciones/usuario.html>

- Pilco, P. (2008). *La gestión aduanera en el Puerto del Callao como instrumento de facilitación del comercio*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Revista Global de Negocios. (2017). Facilitación Comercial y Control Aduanero en las principales aduanas de Baja California. *Revista Global de Negocios*, 71-83.
- Rey, C. (2000). *La Satisfacción del Usuario: Un concepto en alza*. Barcelona: Universidad de Barcelona.
- Reyes, S. (2014). *Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la Asociación Share, sede Huehuetenango*. Quetzaltenango: Universidad Rafael Landívar.
- Rodríguez, M. A. (2010). *Métodos de investigación: Diseño de proyectos y desarrollo de tesis en ciencias administrativas, organizacionales y sociales* (Vol. Primera Edición). México: Editorial Pandora.
- Rosas, J. (2014). *Impacto de la facilitación del comercio sobre los flujos comerciales del Perú con los miembros del APEC*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Siicex. (2021). *La Ventanilla Única de Comercio Exterior - VUCE*. Obtenido de Siicex Website:
https://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=718.59700
- SUNAT. (s.f.). *Orientación Aduanera Mercancías Restringidas SUNAT*. Obtenido de SUNAT Sitio Web:
<https://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/mercanciasrestringidas/vuce.html>
- SUNAT. (s.f.). *SUNAT*. Obtenido de SUNAT Sitio Web:
<https://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/mercanciasrestringidas/>

Thorrens, J. D. (2020). *La ventanilla única de comercio exterior ¿Cuánto aporta a la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas?* Santiago: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

VUCE. (2021). *VUCE*. Obtenido de VUCE Web Site: <https://www.vuce.gob.pe/>

VUCE Perú. (s.f. de s.f. de 2010). *VUCE Perú*. Obtenido de VUCE Perú Sitio Web: <http://bi.vuce.gob.pe/>

VUCE Perú. (s.f.). *Mercancías Restringidas VUCE Perú*. Obtenido de VUCE Perú Sitio Web: <https://www.vuce.gob.pe/Paginas/Mercancias-restringidas.aspx>

VUCE Uruguay. (2019). *Acerca de VUCE: VUCE Uruguay*. Obtenido de VUCE Uruguay Sitio Web: <https://vuce.gub.uy/acerca-de-vuce/>

Westreicher, G. (22 de Julio de 2020). *Definiciones: Economipedia.com*. Obtenido de Economipedia.com Sitio Web: <https://economipedia.com/definiciones/importador.html>

Wilson, J., Mann, C., & Otsuki, T. (2003). *Trade Facilitation and Economic Development*. Washington: The World Bank.

Wren, H. (9 de Junio de 2020). *Blog de Zendesk*. Obtenido de Zendesk Sitio Web: <https://www.zendesk.es/blog/help-desk/>

ZOFRATACNA. (19 de Noviembre de 2020). *Transparencia: ZOFRATACNA* . Obtenido de ZOFRATACNA Sitio Web: <http://zofratakna.com.pe/upload/transparencia/155-2020-GG-ZOFRATACNA.pdf>

ZOFRATACNA. (s.f.). *ZOFRATACNA* . Obtenido de ZOFRATACNA Sitio Web: <http://www.zofratakna.com.pe/contenido.aspx?id=01000000640767A7284E22D5892312269F9B9F190DE2792C65A3B254>

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

“Influencia de la VUCE 2.0 como mecanismo de facilitación de comercio en la satisfacción del usuario de la Zona Comercial, importador del rubro juguetes – SPN 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00; Tacna, 2021 ”.

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	Variable	Dimensión	Indicadores
<u>Problema General</u>	<u>Objetivo General</u>	<u>Hipótesis General</u>	Variable Independiente	Aspectos, institucionales y alcance	Procedimientos incluidos
¿Cómo influye la Ventanilla Única de Comercio Exterior, versión 2.0 como mecanismo de facilitación del comercio en la satisfacción de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00?	Determinar la influencia de la Ventanilla Única de Comercio Exterior, versión 2.0 como mecanismo de facilitación del comercio en la satisfacción de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.	La Ventanilla Única de Comercio Exterior, versión 2.0 influye de forma significativa como mecanismo de facilitación comercial en la satisfacción de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.	Facilitación del Comercio		Servicios ofrecidos
			Definición	Trámites digitalizados	
			La facilitación del comercio hace referencia a aspectos relacionados con un entorno más predecible, seguro y eficiente del comercio internacional, mediante la simplificación, estandarización y armonización de los procedimientos formales administrativos. (Jaén, 2010)	Trámites duplicados reducidos	
				Transparencia de la información	
<u>Problemas específicos</u>	<u>Objetivos específicos</u>	<u>Hipótesis específicas</u>	Marco legal	Privacidad y protección de datos	
• ¿Cómo influye los aspectos, institucionales y alcance de la VUCE en la satisfacción de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00?	• Establecer la influencia de los aspectos, institucionales y alcance de la VUCE en la satisfacción de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.	• Los aspectos, institucionales y alcance de la VUCE influye de forma significativa en la satisfacción de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.		Archivos digitalizados disponibles	
				Identificación y autenticación de usuarios	
				Diseño amigable	
				Copia de seguridad o respaldo	
• ¿Cómo influye el contenido y estructura de los datos de la	• Determinar la influencia del contenido y estructura de los	• El contenido y estructura de los datos de la VUCE influye de	Arquitectura tecnológica	Disminución de fallas o errores al interactuar	

VUCE en la satisfacción de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00?	datos de la VUCE en la satisfacción de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.	forma significativa en la satisfacción de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.	Variable Dependiente	Rendimiento de la Plataforma	Rapidez en la carga
			Satisfacción del Usuario		Rapidez en la ejecución
• ¿Cómo influye el marco legal de la VUCE en la satisfacción de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00?	• Determinar la influencia del marco legal de la VUCE en la satisfacción de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.	• El marco legal de la VUCE influye de forma significativa en la satisfacción de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.	Definición	Usabilidad	Búsqueda satisfecha
					Objetivo logrado de trámite exitoso
• ¿Cómo influye la arquitectura tecnológica de la VUCE en la satisfacción de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00?	• Establecer la influencia de la arquitectura tecnológica de la VUCE en la satisfacción de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.	• La arquitectura tecnológica de la VUCE influye de forma significativa en la satisfacción de los usuarios de la Zona Comercial de Tacna que comercializan la Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00.	La satisfacción del usuario está directamente relacionada con el uso, cualidades y desempeño de un sistema de información. Por lo que la satisfacción es el objetivo que el sistema de información pretende alcanzar, referente al servicio brindado, así como de los valores y expectativas que tiene el usuario, incidiendo también otros factores, como el tiempo invertido, el dinero, si fuera el caso, el esfuerzo o sacrificio. (Rey, 2000)	Servicio de Soporte	Atención del servicio call center
					Tiempo para la resolución de problemas
METODO Y DISEÑO			POBLACIÓN Y MUESTRA		TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Tipo de investigación:	Básica	Población:	273 usuarios	Técnica:	Cuestionario
Diseño de investigación:	No experimental y Transversal	Muestra:	160 usuarios	Instrumentos:	IBM SPSS XXIV
Nivel de investigación	Explicativo			Tratamiento estadístico:	
				Automatización de Procesos	Reducción de tiempos Impacto ecológico

Anexo 2. Cuestionario



UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
FACULTAD DE CIENCIAS
EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS INTERNACIONALES

ESTIMADO ENCUESTADO:

Para la realización del estudio, respecto al “Influencia de la VUCE 2.0 como mecanismo de facilitación de comercio en la satisfacción del usuario de la Zona Comercial, importador del rubro juguetes – SPN 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00; Tacna, 2021”; se ha elaborado los siguientes enunciados con la finalidad de conocer su percepción.

Por favor, identifique el grado de satisfacción que esta herramienta le representa, de acuerdo a los criterios que citamos en este cuestionario que a continuación se alcanza.

La información que nos proporcione es CONFIDENCIAL, esto garantiza que nadie pueda identificar a la persona que ha desarrollado el cuestionario.

SECCIÓN I: DATOS GENERALES DEL ENCUESTADO

A. Sexo: <input type="checkbox"/> Hombre <input type="checkbox"/> Mujer	B. Nivel de Instrucción: <input type="checkbox"/> Primaria <input type="checkbox"/> Secundaria <input type="checkbox"/> Superior
C. Distrito de Residencia: _____	D. Edad: _____

SECCIÓN II: TEST DE OPINIÓN

Todas las preguntas tienen diversas opciones de respuesta, deberá elegir SOLO UNA, no existe respuesta mala, toda respuesta es válida. Marque con “X” su respuesta correspondiente a la opción elegida, de la siguiente forma.

TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NI ACUERDO NI EN DESACUERDO	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
		X		

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

FACILITACIÓN DEL COMERCIO

INCLUSIÓN DE PROCEDIMIENTOS		Totalmente	En	Ni acuerdo ni	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	Considera que la inclusión del procedimiento de Autorización Sanitaria para la Importación de Juguetes y/o Útiles de Escritorio en la VUCE ha contribuido de manera importante en mejorar el funcionamiento de su negocio.					
2	Considera que la inclusión del procedimiento de Copia Certificada de Autorización Sanitaria de Juguetes y/o Útiles de Escritorio en la VUCE ha contribuido de manera importante en mejorar el funcionamiento de su negocio.					
3	Considera importante que hoy, a través de la VUCE se puede tramitar el registro de Fabricación, Importación, Comercialización y Distribución de Juguetes y/o útiles de Escritorio, antes realizado por la DIRESA TACNA.					
4	Considera importante que hoy, a través de la VUCE se puede tramitar la Renovación del Registro para la Fabricación, Importación, Comercialización y Distribución de Juguetes y/o útiles de Escritorio, antes realizado por la DIRESA TACNA.					
INCLUSIÓN DE SERVICIOS OFRECIDOS						
5	Considera importante que VUCE haya incluido medios electrónicos seguros para efectuar el pago por concepto de tramitación como el Sistema de pago electrónico de la SUNAT.					
6	Considera importante que VUCE haya incluido a ZOFRATACNA, en el Sistema de Gestión de Zonas Económicas Especiales.					
7	Considera importante la inclusión del Módulo de información de Servicios logísticos de Comercio Exterior en la VUCE.					
TRÁMITES DIGITALIZADOS						
8	Considera totalmente digitalizado el trámite a través de la VUCE, para el Registro de Fabricación,					

	Importación, Comercialización y Distribución de Juguetes y/o útiles de Escritorio.					
9	Considera totalmente digitalizado el trámite a través de la VUCE, para la obtención de la Autorización Sanitaria para la importación de Juguetes y/o Útiles de Escritorio.					
10	Considera totalmente digitalizado el trámite a través de la VUCE, para la obtención de la Copia Certificada de Autorización Sanitaria de Juguetes y/o Útiles de Escritorio.					
REDUCCIÓN DE TRÁMITES DUPLICADOS						
11	A partir de la realización de sus trámites a través de VUCE, la ZOFRATACNA le requiere obligatoriamente presentar en físico el registro de importador de juguetes.					
12	A partir de la realización de sus trámites a través de VUCE, la ZOFRATACNA le requiere obligatoriamente presentar en físico la resolución de autorización sanitaria.					
13	A partir de la realización de sus trámites a través de VUCE, la ZOFRATACNA le requiere obligatoriamente presentar en físico la copia certificada de Autorización.					
TRANSPARENCIA DE LA INFORMACIÓN						
14	Considera accesible la información en la VUCE sobre listado y consulta de mercancías restringidas.					
15	Considera accesible la información en la VUCE sobre listado de procedimientos, requisitos y tasas requeridos para la importación de mercancía restringida.					
16	Considera accesible la información de consulta respecto a las resoluciones que han sido emitidas por las entidades competentes en la VUCE.					
17	Considera que es accesible a través de VUCE, las presentaciones, comunicados, eventos u otros vinculados a sus operaciones que desarrolla a través de esta plataforma.					
PRIVACIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS						
18	Percibe confidencialidad por parte de la VUCE en el tratamiento de sus datos personales.					

19	Percibe que sus datos o su información ingresada a la VUCE es utilizada únicamente para la elaboración de reportes, análisis y otros en favor de las entidades competentes y de la comunidad de comercio exterior.					
ARCHIVOS DIGITALIZADOS DISPONIBLES						
20	A través de la VUCE dispone del historial de sus procedimientos en la VUCE.					
21	Tiene la disponibilidad a través de la VUCE, de realizar filtros de búsqueda de sus procedimientos.					
IDENTIFICACIÓN Y AUTENTICACIÓN DE USUARIOS						
22	Considera fácil y seguro el ingreso a la VUCE, con la Clave SOL.					
23	Considera fácil y seguro el ingreso a la VUCE, con DNI.					
DISEÑO AMIGABLE						
24	Considera que la información de la VUCE es clara y concisa.					
25	Considera que VUCE utiliza un lenguaje simple y fácil de entender.					
26	Considera que VUCE presenta rutas de acceso rápido para formatos o trámites más frecuentes.					
COPIA DE SEGURIDAD O RESPALDO						
27	Considera importante que MINCETUR cuente con un plan alternativo para el funcionamiento de la VUCE.					
DISMINUCIÓN DE FALLAS O ERRORES AL INTERACTUAR						
28	Considera que existe información sustancial en la VUCE que no se encuentre a la vista.					
29	Considera que el acceso a VUCE a través de su celular presenta distorsiones o se dificulta.					

SATISFACCIÓN DEL USUARIO

RAPIDEZ EN LA CARGA		Totalmente en	En	Ni acuerdo ni en	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	La página web de la VUCE es rápida en cargar.					

2	Considera que se encuentra disponible el Sitio Web de la VUCE las 24 horas del día durante los 7 días de la semana.					
RAPIDEZ EN LA EJECUCIÓN						
3	Considera rápida la respuesta al solicitar alguna acción dentro del Sitio Web de la VUCE.					
BÚSQUEDA SATISFECHA						
4	Considera que cada vez que ingresa a la VUCE encuentra rápidamente el procedimiento que busca.					
5	Considera que es fácil visualizar el estado de su trámite en la VUCE.					
OBJETIVO LOGRADO DE TRÁMITE EXITOSO						
6	Considera que es fácil y rápido lograr obtener el REGISTRO NACIONAL DE IMPORTADOR a través de la VUCE.					
7	Considera que es fácil y rápido lograr obtener la RESOLUCIÓN DE AUTORIZACIÓN SANITARIA a través de la VUCE.					
8	Considera que es fácil y rápido lograr obtener la COPIA CERTIFICADA DE AUTORIZACIÓN SANITARIA a través de la VUCE.					
9	Considera se cumplen los plazos establecidos para la entrega de Certificados o Autorizaciones que se solicitan a través de la VUCE.					
SIENTE AGRADO AL NAVEGAR						
10	Se considera SATISFECHO al realizar sus trámites por la VUCE.					
ATENCIÓN DEL SERVICIO CALL CENTER						
11	Considera que la atención de VUCE por la vía telefónica es inmediata.					
12	Los colaboradores que atienden en el Call center de la VUCE muestran empatía.					
TIEMPO PARA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS						
13	Considera que es importante que VUCE cuente permanentemente con un cuestionario de preguntas y respuestas que frecuentemente pueden hacer los usuarios.					
14	Es rápida la solución manejada por la VUCE si hay observaciones en su trámite.					
DISPOSICIÓN DE HERRAMIENTAS HELP DESK						

15	En caso se hubiera comunicado al correo electrónico que proporciona VUCE, considera que le fue de utilidad para la solución a su consulta.					
16	El Asistente virtual de la VUCE resuelve sus consultas las veces que lo ha requerido.					
17	Los manuales que proporciona VUCE para cada uno de los procedimientos de la VUCE son entendibles y de fácil acceso.					
REDUCCIÓN DE TIEMPOS						
18	Considera que existe ahorro de tiempo al realizar sus trámites a través de la VUCE.					
19	Considera que existe ahorro de tiempo al realizar el pago por los trámites que realiza a través de la VUCE.					
IMPACTO ECOLÓGICO						
20	Considera que existe ahorro de papel al realizar sus trámites a través de VUCE.					

Anexo 3. Validación del instrumento mediante juicio de expertos

Experto 1

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Luis Celerino Catacora Lira
- 1.2. Grado Académico: Doctor
- 1.3 Profesión: Doctor en Ciencias de la Educación.....
- 1.4. Institución donde labora: Universidad Privada de Tacna.....
- 1.5. Cargo que desempeña: Docente.....
- 1.6 Denominación del Instrumento:
 "La Influencia de la Ventanilla Única de Comercio Exterior versión 2.0 como mecanismo de facilitación del Comercio en la Satisfacción del Usuario de la Zona Comercial, importador de mercancía restringida del rubro juguetes, Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00; Tacna, 2021"
- 1.7. Autor del instrumento: Eva María Esther Chalco Quispe.....
- 1.8 Carrera Profesional: Administración de Negocios Internacionales.....

II VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión				X	
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles				X	
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría				X	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable				X	
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados				X	
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento				X	
SUMATORIA PARCIAL						
SUMATORIA TOTAL		24				

II. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

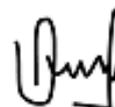
3.1. Valoración total cuantitativa: _____ DEBE MEJORAR _____

3.2. Opinión: FAVORABLE X _____

NO FAVORABLE _____

3.3. Observaciones: _____

Tacna, 01 de marzo del 2022



Firma

Experto 2

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): GÓMEZ VALENTE, XIMENA.....
- 1.2. Grado Académico: MAGISTER.....
- 1.3. Profesión: ...INGENIERO DE SISTEMAS.....
- 1.4. Institución donde labora: ZOFRATACNA.....
- 1.5. Cargo que desempeña: GERENTE DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO.....
- 1.6. Denominación del Instrumento: La Influencia de la Ventanilla Única de Comercio Exterior VUCE - versión 2.0 como mecanismo de facilitación del comercio en la Satisfacción del Usuario de la Zona Comercial, importador de mercancía restringida del rubro juguetes, Subpartida Nacional 9503.00.99.00 y 9503.00.10.00; Tacna, 2021
- 1.7. Autor del instrumento: Bach. Eva María Esther Challco Quispe
- 1.8 Carrera Profesional: Administración de Negocios Internacionales.....

II VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno	
		1	2	3	4	5	
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					X	
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles					X	
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría					X	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					X	
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados				X		
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					X	
SUMATORIA PARCIAL					4	25	
SUMATORIA TOTAL							29

III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

3.1. Valoración total cuantitativa: _____

3.2. Opinión: FAVORABLE DEBE MEJORAR _____

NO FAVORABLE _____

3.3. Observaciones: _____

Tacna, 06 de marzo de 2022



Firma

Experto 3

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Mag. Velasquez Yupanqui, Wilfredo Bernardo
 1.2. Grado Académico: Magister en Administración
 1.3 Profesión: Licenciado en Administración
 1.4. Institución donde labora: U.P.T.
 1.5. Cargo que desempeña: Docente de la UPT.
 1.6 Denominación del Instrumento:

1.7. Autor del instrumento:

1.8 Carrera Profesional:

II VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					X
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles				X	
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría				X	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					X
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados				X	
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					X
SUMATORIA PARCIAL					12	15
SUMATORIA TOTAL		27				

III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN3.1. Valoración total cuantitativa: X 3.2. Opinión: FAVORABLE X DEBE MEJORAR _____

NO FAVORABLE _____

3.3. Observaciones: _____

Tacna, 02 marzo del 2022



Firma

Mag. Wilfredo Velasquez Yupanqui