

UNIVERSIDAD PRIVADA SAN CARLOS

FACULTAD DE CIENCIAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS



TESIS

**PROCESO OPERATIVO DE IMPORTACIÓN Y SATISFACCIÓN DE LOS
CLIENTES DE LA AGENCIA DE ADUANA INTERAMERICANA S.A. PUNO,
2023.**

PRESENTADA POR:

MARITZA CHARCA AROCUTIPA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

PUNO – PERÚ

2024



Repositorio Institucional ALCIRA by [Universidad Privada San Carlos](https://www.upsc.edu.pe/) is licensed under a [Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)



7.71%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 17 JUN 2024, 10:54 AM

Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

● IDENTICAL
1.47%

● CHANGED TEXT
6.24%

Report #21711187

MARITZA CHARCA AROCUTIPA PROCESO OPERATIVO DE IMPORTACIÓN Y SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA AGENCIA DE ADUANA INTERAMERICANA S.A. PUNO, 2023. RESUMEN El estudio denominado “Proceso operativo de importación y satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023”. La pregunta central busca comprender la relación entre el proceso operativo de importación y la satisfacción de los clientes, abordando problemas específicos como la relación de la gestión aduanera, logística, calidad de los productos importados y el índice de eficiencia en la satisfacción de los clientes. 24 El objetivo general es determinar dicha relación, con objetivos específicos que incluyen establecer la relación entre la gestión aduanera, logística, calidad de los productos importados y el índice de eficiencia con la satisfacción de los clientes. 14 Utilizando un enfoque cuantitativo de tipo básico, con alcance correlacional, el estudio emplea el diseño no experimental-transversal y el método descriptivo-correlacional. La población objetivo consiste en 118 clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A., seleccionando una muestra de 91 clientes según fórmula estadística. La recopilación de datos se llevó a cabo mediante la técnica de la encuesta y el cuestionario como instrumento validado por un experto. Los resultados revelan a través de la prueba de correlación de Pearson ($R = 0,817^{**}$) una correlación positiva y significativa entre el proceso operativo

UNIVERSIDAD PRIVADA SAN CARLOS
FACULTAD DE CIENCIAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS
TESIS

**PROCESO OPERATIVO DE IMPORTACIÓN Y SATISFACCIÓN DE LOS
CLIENTES DE LA AGENCIA DE ADUANA INTERAMERICANA S.A. PUNO,
2023.**

PRESENTADA POR:

MARITZA CHARCA AROCUTIPA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

APROBADA POR EL SIGUIENTE JURADO:

PRESIDENTE

:


Dr. DAVID MOISES CALIZAYA ZEVALLOS

PRIMER MIEMBRO

:


Dr. HEBER NEHEMIAS CHUI BETANCUR

SEGUNDO MIEMBRO

:


M.Sc. KORINA ASQUI GOMEZ

ASESOR DE TESIS

:


M.Sc. JOSE ELADIO NUÑEZ QUIROGA

Área: Ciencias Económicas, Negocios

Sub Área: Contabilidad y Finanzas

Líneas de Investigación: Negocios, Administración

Puno, 01 de julio del 2024.

DEDICATORIA

A Dios, por guiarme y bendecirme con fuerza y sabiduría en cada paso de mi vida.

A mis queridos padres, quienes han sido mi mayor apoyo, fuente de amor incondicional y guía constante. Su sacrificio y dedicación han sido la luz que ilumina mi camino.

A mi amado hijo, la razón más grande para dar lo mejor de mí cada día. Tu alegría, inocencia y amor son la inspiración que impulsa mi existencia.

Con gratitud y amor eterno,

MARITZA CHARCA AROCUTIPA

AGRADECIMIENTOS

- A la Universidad Privada San Carlos, por proporcionarme una educación de calidad y contribuir al desarrollo de mi región. La formación recibida en esta institución ha sido fundamental para mi crecimiento personal y profesional.
- A la Escuela Profesional de Contabilidad y Finanzas, por ofrecerme un espacio enriquecedor donde he adquirido los conocimientos y habilidades necesarios para enfrentar los desafíos en el campo de la contabilidad.
- A los distinguidos miembros del jurado calificador, presidente Dr. David Moises Calizaya Zevallos, primer miembro Dr. Heber Nehemias Chui Betancur, segundo miembro Mtro. Edgar Raymundo Tisnado Coila, quienes han dedicado su tiempo y experiencia para evaluar y enriquecer esta investigación. Su contribución ha sido invaluable para el éxito de esta investigación.
- A mi asesor M.Sc. Jose Eladio Nuñez Quiroga, cuya guía y apoyo constante han sido fundamentales en la culminación de esta investigación. Su experiencia y compromiso han sido una fuente de inspiración para mí.
- A todos los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Por dedicar tiempo y esfuerzo en participar en la encuesta para la presente investigación.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
DEDICATORIA	1
AGRADECIMIENTOS	2
ÍNDICE GENERAL	3
ÍNDICE DE TABLAS	6
ÍNDICE DE FIGURAS	7
INDICE DE ANEXOS	8
RESUMEN	9

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
1.1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	15
1.1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	17
1.2. ANTECEDENTES	18
1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	23
1.3.1. OBJETIVO GENERAL	23
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	23

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO, CONCEPTUAL E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. MARCO TEÓRICO	24
2.1.1. BASES TEÓRICAS	24
2.2. MARCO CONCEPTUAL	34
2.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	35

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. ZONA DE ESTUDIO	37
3.2. TAMAÑO DE MUESTRA	37
3.2.1. POBLACIÓN	37
3.2.2. MUESTRA	38
3.2.3. SELECCIÓN DE MUESTRA	38
3.3. MÉTODOS Y TÉCNICAS	39
3.4. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES	40
3.4.1. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	42
3.5. MÉTODO O DISEÑO ESTADÍSTICO	44
3.5.1. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	44
3.5.2. TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS	44
3.5.3. MATERIALES Y EQUIPOS	45

CAPÍTULO IV

EXPOSICION Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS

4.1. EXPOSICION Y ANALISIS DESCRIPTIVO	46
4.1.1. VARIABLE INDEPENDIENTE: PROCESO OPERATIVO DE IMPORTACIÓN	46
4.1.2. VARIABLE DEPENDIENTE: SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES	58
4.2. RESULTADOS OBJETIVO ESPECÍFICO 01	70
4.2.1. CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA 01	70
4.3. RESULTADOS OBJETIVO ESPECÍFICO 02	71
4.3.1. CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA 02	71
4.4. RESULTADOS OBJETIVO ESPECÍFICO 03	73
4.4.1. CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA 03	73

4.5. RESULTADOS OBJETIVO ESPECÍFICO 04	75
4.5.1. CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA 04	75
4.6. RESULTADOS OBJETIVO GENERAL	77
4.6.1. CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS GENERAL	77
4.7. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	78
CONCLUSIONES	80
RECOMENDACIONES	82
BIBLIOGRAFÍA	84
ANEXOS	92

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 01: Evaluación de precisión y exactitud en documentación aduanera por los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A.	46
Tabla 02: Evaluación de cumplimiento de plazos en trámites aduaneros por parte de clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A.	48
Tabla 03: Puntualidad en la entrega de productos importados	49
Tabla 04: Satisfacción con la condición de productos importados	51
Tabla 05: Calidad de productos importados en comparación con expectativas	52
Tabla 06: Cumplimiento de normas y estándares de calidad en productos importados	54
Tabla 07: Experiencia con costos inesperados durante el proceso de importación	55
Tabla 08: Agilidad en tiempos de entrega acordados para productos importados	57
Tabla 09: Cumplimiento de expectativas en servicios de agenciamiento	58
Tabla 10: Satisfacción con calidad de servicios de agenciamiento	60
Tabla 11: Calidad de atención al cliente en la interacción	61
Tabla 12: Resolución efectiva de consultas o problemas por parte de la Agencia	63
Tabla 13: Puntualidad en la Entrega de Servicios o Productos	64
Tabla 14: Fiabilidad de la Agencia en el Proceso de Importación	66
Tabla 15: Justificación del Costo Asociado al Servicio de Agenciamiento	67
Tabla 16: Satisfacción Global con el Servicio de Agenciamiento en Puno - Año 2023	69
Tabla 17: Relación entre la gestión aduanera y la satisfacción de los clientes.	71
Tabla 18: Relación entre la logística y la satisfacción de los clientes.	72
Tabla 19: Relación entre la calidad de los productos importados y la satisfacción de los clientes	74
Tabla 20: Relación entre el índice de eficiencia y la satisfacción de los clientes	76
Tabla 21: Relación entre el proceso operativo de importación y la satisfacción de los clientes.	77

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 01: Evaluación de precisión y exactitud en documentación aduanera por los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A.	47
Figura 02: Evaluación de cumplimiento de plazos en trámites aduaneros por parte de clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A.	48
Figura 03: Puntualidad en la entrega de productos importados.	50
Figura 04: Satisfacción con la Condición de Productos Importados.	51
Figura 05: Calidad de productos importados en comparación con expectativas	53
Figura 06: Cumplimiento de normas y estándares de calidad en productos importados	54
Figura 07: Experiencia con costos inesperados durante el proceso de importación	56
Figura 08: Agilidad en tiempos de entrega acordados para productos importados	57
Figura 09: Cumplimiento de Expectativas en Servicios de Agenciamiento	59
Figura 10: Satisfacción con Calidad de Servicios de Agenciamiento	60
Figura 11: Calidad de atención al cliente en la interacción	62
Figura 12: Resolución Efectiva de Consultas o Problemas por Parte de la Agencia	63
Figura 13: Puntualidad en la Entrega de Servicios o Productos	65
Figura 14: Fiabilidad de la Agencia en el Proceso de Importación	66
Figura 15: Justificación del Costo Asociado al Servicio de Agenciamiento	68
Figura 16: Satisfacción Global con el Servicio de Agenciamiento en Puno - Año 2023	69

INDICE DE ANEXOS

	Pág.
Anexo 01: Matriz de consistencia	93
Anexo 02: Instrumento de recolección de datos	95
Anexo 03: Base de datos	98
Anexo 04: Ficha de validación de instrumento de recolección de datos	100

RESUMEN

El estudio denominado “Proceso operativo de importación y satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023”. La pregunta central busca comprender la relación entre el proceso operativo de importación y la satisfacción de los clientes, abordando problemas específicos como la relación de la gestión aduanera, logística, calidad de los productos importados y el índice de eficiencia en la satisfacción de los clientes. El objetivo general es determinar dicha relación, con objetivos específicos que incluyen establecer la relación entre la gestión aduanera, logística, calidad de los productos importados y el índice de eficiencia con la satisfacción de los clientes. Utilizando un enfoque cuantitativo de tipo básico, con alcance correlacional, el estudio emplea el diseño no experimental-transversal y el método descriptivo-correlacional. La población objetivo consiste en 118 clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A., seleccionando una muestra de 91 clientes según fórmula estadística. La recopilación de datos se llevó a cabo mediante la técnica de la encuesta y el cuestionario como instrumento validado por un experto. Los resultados revelan a través de la prueba de correlación de Pearson ($R = 0,817^{**}$) una correlación positiva y significativa entre el proceso operativo de importación y la satisfacción de los clientes en la Agencia de Aduana Interamericana S.A. 2023. En conclusión se destaca la importancia estratégica de una gestión eficiente en el proceso de importación para lograr la satisfacción de los clientes, subrayando la necesidad de enfoques mejorados en dichas operaciones para optimizar la experiencia del cliente en la agencia.

Palabras clave: Cumplimiento, Fiabilidad, Gestión aduanera, Importación, Logística.

ABSTRACT

The study called "Import operational process and customer satisfaction of the Inter-American Customs Agency S.A. Puno, 2023". The central question seeks to understand the relationship between the import operational process and customer satisfaction, addressing specific problems such as the relationship between customs management, logistics, quality of imported products and the efficiency index in customer satisfaction. The general objective is to determine this relationship, with specific objectives that include establishing the relationship between customs management, logistics, quality of imported products and the efficiency index with customer satisfaction. Using a basic quantitative approach, with a correlational scope, the study employs the non-experimental-cross-sectional design and the descriptive-correlational method. The target population consists of 118 clients of the Inter-American Customs Agency S.A., selecting a sample of 91 clients according to a statistical formula. Data collection was carried out using the survey technique and the questionnaire as an instrument validated by an expert. The results reveal through the Pearson qualification test ($R = 0.817^{**}$) a positive and significant compensation between the import operational process and customer satisfaction at the Inter-American Customs Agency S.A. 2023. In conclusion, the strategic importance of efficient management in the import process is highlighted to achieve customer satisfaction, underlining the need for improved approaches in such operations to optimize the customer experience in the agency.

Keywords: Compliance, Reliability, Customs management, Import, Logistics.

INTRODUCCIÓN

El comercio internacional desempeña un papel crucial en la economía global, y el proceso operativo de importación es un componente esencial de esta dinámica. En este contexto, la Agencia de Aduana Interamericana S.A. en Puno desempeña un papel estratégico al facilitar y gestionar los trámites aduaneros para importadores locales, contribuyendo así al desarrollo económico de la región.

En el contexto de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. en Puno durante el año 2023, se identifica un problema significativo relacionado con la eficiencia y calidad en los procesos operativos de importación. La gestión aduanera, logística, calidad de productos importados y el índice de eficiencia son elementos críticos que requieren una evaluación detallada para identificar posibles áreas de mejora y optimización.

La importancia de este estudio radica en la necesidad de comprender a fondo la dinámica operativa de la agencia aduanera, identificar posibles áreas de mejora y garantizar un servicio de alta calidad que responda a las expectativas y necesidades de los importadores locales. Además, se busca evaluar la satisfacción de los clientes que participan en este proceso, considerando que la percepción del cliente no solo se relaciona con la eficiencia en la gestión aduanera, sino también con aspectos como la transparencia en la comunicación, el cumplimiento de plazos y la atención personalizada. Esta investigación se enmarca dentro del área de Negocios y Ciencias Económicas, específicamente en el sub área de Contabilidad y Finanzas. En la línea de investigación Negocios, Administración abordando el tema de la optimización de los procesos operativos de importación para incrementar la satisfacción de los clientes en la Agencia de Aduana Interamericana S.A. en Puno durante el año 2023.

El propósito principal de esta investigación es analizar de manera integral los factores que inciden en la satisfacción del cliente, focalizándose en la gestión aduanera, logística, calidad de productos importados e índice de eficiencia. La investigación tiene como

objetivo ofrecer recomendaciones prácticas para mejorar estos procesos, contribuyendo así a una prestación de servicios más eficiente y a la satisfacción sostenida de los clientes.

La metodología adoptada para abordar esta problemática combina enfoques descriptivos y correlacionales. Se llevará a cabo un análisis detallado de los procedimientos operativos, utilizando herramientas descriptivas para comprender su funcionamiento. Además, se aplicará un enfoque correlacional para explorar las posibles relaciones entre la gestión aduanera, logística, calidad de productos importados y el índice de eficiencia, con la satisfacción del cliente como variable central. Estos métodos permitirán una evaluación completa de los procesos y sus impactos en la satisfacción del cliente.

La presente investigación tiene como objetivo principal realizar un análisis exhaustivo y detallado del proceso operativo de importación llevado a cabo por la Agencia de Aduana Interamericana S.A. en Puno durante el año 2023. Este análisis incluirá una evaluación de la eficiencia y efectividad de cada etapa del proceso, desde la presentación de la documentación hasta la liberación de la mercancía.

El proceso de importación involucra la interacción de diversos actores y la realización de múltiples trámites. La correcta ejecución de cada etapa es fundamental para evitar demoras, costos adicionales y garantizar la conformidad con las normativas aduaneras vigentes. Por lo tanto, este análisis no solo se centrará en la eficacia operativa, sino también en aspectos relacionados con la calidad del servicio al cliente.

A través de esta investigación, se espera proporcionar una visión integral del proceso operativo de importación de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. en Puno. Se identificarán tanto los aspectos positivos como las oportunidades de mejora, y se explorará la percepción y satisfacción de los clientes respecto a los servicios recibidos. Con base en los hallazgos, se propondrán recomendaciones y acciones correctivas que

permitan fortalecer la eficacia y eficiencia de la agencia en el cumplimiento de sus funciones.

El estudio del proceso operativo de importación y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. 2023 representa una investigación de relevancia significativa debido a su potencial para mejorar la eficiencia del comercio internacional, fortalecer la competitividad de las empresas locales y contribuir al desarrollo económico de la región. Al identificar áreas de mejora en los procedimientos aduaneros y analizar la satisfacción del cliente, la investigación no solo beneficia directamente a las empresas y consumidores, sino que también puede influir en la formulación de políticas gubernamentales que favorezcan un entorno comercial más eficiente y estimulen el crecimiento económico a largo plazo. Esta investigación busca comprender a profundidad cómo los procedimientos involucrados en la importación de bienes se relacionan en la percepción de los clientes respecto a la calidad de los servicios ofrecidos. El objetivo principal es determinar la relación entre el proceso operativo de importación y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023.

Asimismo, la realización de este estudio permitirá no solo a la Agencia de Aduana Interamericana S.A., sino también a otras empresas del rubro, comprender cómo optimizar sus procesos de importación para ofrecer un servicio más eficiente y satisfactorio. La investigación podría brindar recomendaciones aplicables, contribuyendo al desarrollo de estrategias empresariales que mejoren la experiencia del cliente en el proceso de importación, generando ventajas competitivas y potenciales mejoras en la fidelización de los clientes.

La estructura de la investigación se compone de la siguiente manera:

Capítulo I: Abarca el planteamiento del problema, antecedentes y objetivos de la investigación.

Capítulo II: Contiene el marco teórico, conceptual e hipótesis de la investigación.

Capítulo III: Aborda la metodología de la investigación.

Capítulo IV: Comprende la exposición, análisis y discusión de los resultados.

Finalmente, las conclusiones, recomendaciones, bibliografía y los anexos.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

La investigación sobre el proceso de importación y satisfacción de clientes en la Agencia de Aduana Interamericana S.A. en Puno en 2023 beneficiaría directamente a la sociedad local. Al identificar mejoras en los procedimientos de importación, se agilizaría el comercio internacional, beneficiando a las empresas locales. La evaluación de la satisfacción del cliente proporciona datos específicos para personalizar y mejorar los servicios aduaneros, impactando positivamente en la competitividad local y contribuyendo al desarrollo económico regional. Además, la investigación podría influir en recomendaciones de políticas para promover la eficiencia y el crecimiento económico en la región. Este estudio tendría un impacto concreto al mejorar la operatividad de las importaciones y fortalecer el desarrollo económico local (Hammond, 2022).

Las agencias de importación se enfrentan a un entorno complejo y dinámico en el ámbito internacional, que afecta a su operatividad y, por ende, a la satisfacción de sus clientes. Los cambios en las normativas aduaneras, los tratados comerciales internacionales y las variaciones en los tipos de cambio son algunas de las variables que intervienen en el proceso. Los obstáculos arancelarios y no arancelarios, así como los procedimientos burocráticos en las aduanas, suponen retos importantes. Esto repercute directamente en

la capacidad de las agencias para cumplir con los plazos de entrega, mantener costos asequibles y preservar la calidad de los productos importados, siendo factores esenciales para la satisfacción de los clientes a nivel mundial.

Las variaciones en las políticas comerciales entre países y regiones también tienen un impacto considerable en las operaciones de importación. Las disputas comerciales, los cambios imprevistos en las regulaciones aduaneras y los aranceles afectan la planificación y ejecución de importaciones (Organización Mundial del Comercio, s. f.). La incertidumbre en el entorno comercial global puede provocar retrasos, costos adicionales y una complejidad adicional en la cadena de suministro. Además, la complejidad logística inherente a los envíos internacionales, que incluye transporte multimodal, seguros y gestión de inventario, agrega capas de dificultad al proceso de importación.

A nivel nacional en Perú, las agencias de importación se enfrentan a desafíos propios de las regulaciones aduaneras y políticas gubernamentales. La eficiencia en la gestión aduanera, la capacidad de adaptarse a cambios normativos y la infraestructura logística son factores críticos que inciden en las operaciones de importación en el país (ComexPerú, 2018). Las agencias deben mantener un alto nivel de conocimiento y cumplimiento de las regulaciones locales e internacionales para evitar contratiempos en el proceso de importación, lo que puede llevar a insatisfacción por parte de los clientes.

Los acuerdos comerciales y tratados internacionales a los que está sujeto Perú también influyen en el proceso de importación. La armonización con normativas internacionales y la interpretación y aplicación coherente de los acuerdos comerciales vigentes son aspectos determinantes. La falta de alineación con estos tratados puede generar retrasos en el despacho aduanero y mayores costos para las agencias de importación. Además, las condiciones económicas y políticas del país, como los cambios en la legislación tributaria y las fluctuaciones en los tipos de cambio, añaden una capa adicional de complejidad a las operaciones de importación.

En la región de Puno, la operatividad de las agencias de importación se ve influenciada por desafíos particulares. La distancia a los puertos marítimos y las limitaciones geográficas generan dificultades logísticas que pueden ocasionar retrasos en la entrega de productos importados. La geografía montañosa y la infraestructura limitada impactan directamente en la eficiencia y eficacia de la cadena de suministro. La capacitación del personal en esta región, la disponibilidad de transporte local y la conectividad logística se vuelven factores críticos que pueden obstaculizar la fluidez del proceso de importación.

Además, las condiciones climáticas y geográficas pueden dificultar la transportación de mercancías desde los puertos a Puno. Los problemas de acceso, las carreteras irregulares y las condiciones meteorológicas impredecibles pueden agravar aún más la logística local. Estos desafíos pueden conducir a retrasos en la entrega, posibles daños a la mercancía y costos adicionales para las agencias de importación. La satisfacción de los clientes en Puno atendidos por la Agencia de Aduana Interamericana S.A. puede verse afectada directamente por estos factores, ya que la eficiencia y puntualidad en la entrega son componentes críticos para la satisfacción del cliente.

No se conoce los niveles de satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Por lo tanto es necesario saber si la gestión aduanera, la logística, la calidad de los productos importados y el índice de eficiencia influyen en la satisfacción de los clientes.

1.1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.1.2.1. Problema General

¿Cuál es la relación entre el proceso operativo de importación y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A., 2023?

1.1.2.2. Problemas específicos

- ¿Cuál es la relación entre la gestión aduanera y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023?

- ¿Cuál es la relación entre la logística y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023?
- ¿Cuál es la relación entre la calidad de los productos importados y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023?
- ¿Cuál es la relación entre el índice de eficiencia y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023?

1.2. ANTECEDENTES

INTERNACIONALES

Pelayo-Maciél et al. (2019), llevaron a cabo un estudio denominado “La satisfacción en las empresas de logística internacional en Jalisco”. El objetivo fue identificar los factores que afectan a la satisfacción del cliente. Se empleó un enfoque cuantitativo con análisis factorial y mínimos cuadrados ordinarios. Se aplicó una encuesta validada con la técnica Delphi a 10 participantes y se realizaron entrevistas telefónicas con 170 empleados estratégicos en Jalisco. Los resultados destacan que la satisfacción se vincula a la calidad del servicio, lealtad y, en parte, tecnologías de la información. Implicaciones para empresas logísticas incluyen estrategias para construir confianza y fidelidad del cliente. La novedad radica en la presentación de un modelo útil para la toma de decisiones en este ámbito.

Cruz et al. (2021), efectuaron un estudio titulado “La calidad de los servicios y la satisfacción del cliente, estrategias del marketing digital. Caso de estudio hacienda turística rancho los Emilio’s. Alausí”. El objetivo fue determinar de qué manera la calidad de los servicios influye en la satisfacción de los clientes de la Hacienda Turística Rancho Los Emilio 's del cantón Alausí. El enfoque hipotético-deductivo fue la base del estudio, empleando técnicas como cuestionarios y observaciones directas. Estas herramientas facilitaron el análisis de la calidad de los servicios y el nivel de satisfacción de los clientes que acuden a la hostería turística Rancho Los Emilio's. Como resultado, se pudo

establecer la calidad de los servicios que brinda la Hacienda Turística Rancho Los Emilio's, utilizando el formulario del Modelo SERVQUAL. Este método contribuyó a comprender el grado de influencia que tiene en la satisfacción de los clientes que utilizan los servicios ofrecidos por el lugar.

Quituzaca (2021), en su investigación denominada "Procesos administrativos aduaneros y la satisfacción de los importadores". El objetivo fue analizar la importancia de la administración dentro del proceso logístico de importación. El estudio utilizó un enfoque metodológico mixto de carácter descriptivo, empleando entrevistas y encuestas. Se entrevistó al personal de 12 empresas y se encuestaron clientes utilizando formularios y cuestionarios como instrumentos de recopilación de información. La población estudiada comprendió a 7 agentes de aduana en la provincia del Guayas, específicamente en el cantón Samborondón. La muestra incluyó a 3 empleados y 24 clientes de un agente de aduanas determinado. Los resultados resaltaron que las empresas importadoras tienen conocimientos básicos sobre procedimientos de comercio exterior, aunque su aplicación es inconstante. Se propuso un modelo de gestión para mejorar la eficiencia de los importadores, con una alta valoración y aceptación, demostrando su viabilidad para disminuir problemas operativos y reforzar el control de los recursos.

NACIONALES

Loarte (2019), en su trabajo de investigación denominada "Proceso de servicio buffet y la satisfacción de clientes en el área de alimentos y bebidas en cuatro hoteles tres estrellas de la cadena ferreterías del 2017". El objetivo fue determinar por qué el proceso de servicio buffet se relaciona con la satisfacción al cliente en el área de alimentos y bebidas, en cuatro hoteles tres estrellas de la Cadena Ferre, dos en Lima y dos en Cusco del 2017. Se utilizó una metodología de tipo cuantitativo y correlacional con un diseño no experimental y un nivel descriptivo explicativo, empleando cuestionarios como instrumentos de medición. La muestra consistió en 42 comensales. Los resultados

mostraron la existencia de una relación entre el proceso de servicio buffet, los elementos de entrada, transformación y salidas, y la satisfacción del cliente en el área de alimentos y bebidas en cuatro hoteles pertenecientes a la Cadena Ferre. Dos de estos hoteles se ubican en Lima y los otros dos en Cusco, durante el año 2017.

Arbulu (2023), en su investigación denominada “Gestión operativa de los procesos de importación exportación y satisfacción de los clientes de UPS Aduanas Peru SAC, 2022”. El objetivo fue determinar la relación que existe entre la gestión operativa de los procesos de importación, exportación y la satisfacción de los clientes de UPS Aduanas Perú SAC para el año 2022. La investigación adoptó un enfoque cuantitativo de naturaleza aplicada, con un alcance descriptivo correlacional. Se emplearon dos cuestionarios para recabar información de 40 clientes y 25 empleados dentro de una empresa. Aunque el 62.5% de los clientes manifestaron un nivel elevado de satisfacción, el 76.0% de los empleados evaluaron de manera regular la gestión operativa relacionada con la exportación e importación. Se observó una correlación positiva y moderada entre la satisfacción del cliente y las dimensiones asociadas con la recepción y entrega de documentos, así como el despacho de mercancías. No obstante, no se detectó una relación significativa con la declaración aduanera de mercancías.

Felix (2021), realizó una investigación denominada “Proceso operativo y calidad de servicio a los importadores y exportadores de la empresa E.F.V. Agentes de Aduana S.A.C., 2020”. El objetivo fue determinar la relación que existe entre el proceso operativo con la calidad de servicio a los importadores y exportadores de la empresa E.F.V. Agentes de Aduana S.A.C., 2020. La investigación, enmarcada dentro del ámbito de la investigación aplicada y con un diseño no experimental, se basó en la utilización de un cuestionario como principal herramienta de recolección de datos. Se examinó una muestra de 18 empleados pertenecientes a la empresa objeto de estudio, revelando una correlación positiva significativa (ρ de Spearman = 0.632, $p=0.003$) entre el proceso

operativo y la calidad del servicio. Los resultados indicaron que los 10 empleados encuestados percibieron ambos aspectos a un nivel elevado (70%), resaltando la importancia de llevar a cabo las operaciones de manera adecuada para ofrecer un servicio de calidad.

Morales (2021), llevó a cabo una investigación titulada “Relación del Proceso de Importación para incrementar la Satisfacción de los Clientes de la Agencia Blog Aduanas S.A.C, Callao 2020”. El objetivo fue determinar la relación del proceso operativo de importación y su influencia en la satisfacción de los clientes de la Agencia Blog Aduanas S.A.C., Callao 2020. La investigación, de naturaleza cuantitativa y aplicada, con un enfoque correlacional y un diseño no experimental, utilizó cuestionarios específicos para cada variable en una muestra conformada por 79 clientes. Los resultados pusieron de manifiesto una relación extremadamente alta y positiva entre el proceso de importación y la satisfacción de los clientes (ρ de Spearman = 0.949, $p = 0.000$). Este hallazgo se explica por el hecho de que un 42.9% de las empresas clientes encuestadas expresaron una insatisfacción total tanto con la ejecución del proceso operativo de importación como con la comunicación proporcionada por la empresa en estudio, indicando un descontento generalizado con el servicio recibido.

LOCALES

Chino (2019) en su investigación titulada “Calidad de servicio y satisfacción del cliente de la empresa comercial Agro Veterinaria Virgen de Copacabana de la Provincia de Yunguyo, Puno, 2019”. El objetivo fue determinar la relación entre las variables de estudio: calidad de servicio y satisfacción del cliente. El estudio adoptó un enfoque descriptivo correlacional, con un diseño de tipo no experimental y un diseño transversal. La muestra de 67 clientes fue seleccionada mediante un muestreo probabilístico. Se implementó una encuesta que incluía un cuestionario compuesto por 35 ítems y una escala de Likert. En cuanto a los resultados, el 59.4% de los participantes percibió la

calidad como regular, el 23.2% la consideró adecuada, y el 17.4% la evaluó como inadecuada. Se identificó una correlación directa y significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. Además, se observó una relación entre la calidad del servicio, tanto en aspectos técnicos como humanos y del entorno, y la satisfacción del cliente. Finalmente, se estableció que una mayor calidad del servicio se asoció con un mayor nivel de satisfacción por parte de los clientes.

Estuco (2019), en su investigación titulada “Calidad de servicio y su relación con el grado de satisfacción del cliente en el área de caja en Industrias Alimentarias Negolatina S.C.R.Ltda; de la ciudad de Puno, periodo 2019”. El objetivo fue determinar la relación de la calidad de servicio y el grado de satisfacción de los clientes en el área de caja en Industrias Alimentarias Negolatina S.C.R.Ltda. de la ciudad de Puno, periodo 2019. La investigación se orientó hacia un enfoque cuantitativo, descriptivo y correlacional, utilizando un diseño no experimental. La muestra comprendió a 381 clientes que visitaron en enero de 2019. Los resultados destacaron la aprobación de la calidad del servicio y una actitud neutral hacia la información proporcionada por los trabajadores sobre los productos más consumidos. Los clientes expresaron satisfacción en diversos aspectos del servicio. La correlación entre la calidad y la satisfacción fue de 0.030, indicando una relación moderada. Esto sugiere que a medida que mejora la calidad del servicio, también se incrementa la satisfacción del cliente.

Rodríguez (2022), en su investigación titulada “Influencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los clientes de una empresa mayorista de computadoras, Puno 2021” fue ejecutada con el propósito de determinar la influencia entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes. La metodología utilizada en la investigación fue básica, con un enfoque cuantitativo y descriptivo-correlacional, aplicando un método hipotético-deductivo. Se optó por la técnica de encuesta, empleando un cuestionario que se administró a 334 clientes. Los resultados clave revelaron que durante la pandemia en

2021, el 42.22% de los clientes de la empresa mayorista de computadoras percibieron una calidad de servicio buena o muy buena, especialmente en la dimensión técnica y funcional. Además, al menos el 41.62% manifestó un nivel de satisfacción bueno o muy bueno. La investigación respaldó la hipótesis ($r=0.811$, $\text{sig.}=0.000$), confirmando que la calidad del servicio tuvo un impacto positivo en los niveles de satisfacción de los clientes.

1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar la relación entre el proceso operativo de importación y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer la relación entre la gestión aduanera y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023.
- Establecer la relación entre la logística y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023.
- Establecer la relación entre la calidad de los productos importados y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023.
- Establecer la relación entre el índice de eficiencia y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO, CONCEPTUAL E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. MARCO TEÓRICO

2.1.1. BASES TEÓRICAS

AGENTE DE ADUANAS

La función del agente aduanal es esencial en el proceso de importación y exportación de productos, facilitando el flujo de bienes a través de las fronteras internacionales y garantizando el cumplimiento de todas las normativas y exigencias aduaneras (UNIR, 2023).

FUNCIONES

Despacho Aduanero

El funcionario aduanero se ocupa de elaborar y entregar los documentos requeridos para el trámite aduanero de los productos. Esto implica la revisión y verificación de la documentación comercial, como facturas, listas de empaque y documentos de transporte (SUNAT, 2023).

Clasificación Arancelaria

Establece la categoría arancelaria de los productos, asignando códigos arancelarios específicos de acuerdo con el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (Grupo Cabeza, 2019).

Valoración Aduanera

Estima el valor aduanero de las mercancías, verificando que se utilicen correctamente los métodos de valoración aduanera, como el valor de transacción, el valor de transacción de mercancías idénticas y el valor de transacción de mercancías similares (Organización Mundial del Comercio, s. f.).

Trámites Aduaneros

Realiza todos los trámites necesarios para cumplir con las regulaciones aduaneras, como la presentación de declaraciones de aduanas, la obtención de permisos y certificaciones, y la coordinación con otras autoridades aduaneras.

Pago de Aranceles e Impuestos

Administra el pago de aranceles aduaneros, impuestos y otras tasas relacionadas con el trámite aduanero.

Asesoramiento a Clientes

Brinda asesoramiento a importadores y exportadores sobre las regulaciones aduaneras, restricciones y requisitos específicos para ciertos productos.

Gestión de Contingencias

Resuelve problemas y enfrentar contingencias que puedan surgir durante el proceso de despacho aduanero, como inspecciones adicionales, discrepancias en la documentación o cambios en las regulaciones (SUNAT, 2022).

Seguimiento de Mercancías

Administra el pago de aranceles aduaneros, impuestos y otras tasas relacionadas con el trámite aduanero.

REQUISITOS QUE DEBE CUMPLIR LA AGENCIA DE ADUANA

En el Perú, las agencias de aduanas están reguladas por la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), la entidad encargada de administrar y controlar las aduanas en el país.

Artículo 158°. Las agencias de aduana tienen la responsabilidad de desempeñar un papel auxiliar en la función pública, asegurándose de salvaguardar los intereses fiscales en los actos y procesos de naturaleza aduanera en los que participen (DECRETO SUPREMO N° 010-2009-EF, 2009).

Artículo 159°. Además, deben cumplir con ciertos requisitos de infraestructura, que incluyen la disponibilidad de una oficina con un área no inferior a 50 m², con espacio asignado para el archivo. Asimismo, se requiere que cuenten con equipos de seguridad y prevención de incendios para la protección de la documentación, así como con un sistema telefónico y telefax. Adicionalmente, deben poseer los equipos informáticos necesarios para establecer conexión con la entidad aduanera (DECRETO SUPREMO N° 010-2009-EF, 2009).

AMPARO LEGAL

Ley General de Aduanas (Decreto Legislativo N° 1053). Esta ley establece las normas generales para la importación y exportación de mercancías en Perú. Contiene disposiciones específicas sobre la actividad de las agencias de aduanas y los agentes de aduanas.

Reglamento de la Ley General de Aduanas (Decreto Supremo N° 010.2009-EF). La SUNAT emite reglamentos y disposiciones específicas que complementan la Ley General de Aduanas, detallando los procedimientos y requisitos que deben seguir las agencias de aduanas.

Resoluciones de la SUNAT. La SUNAT emite resoluciones y disposiciones administrativas que establecen directrices específicas para la operación de las agencias de aduanas, incluyendo temas como la presentación de documentos, procedimientos de despacho, entre otros.

INCOTERMS

Definición de Incoterms

Los Incoterms son un conjunto de reglas elaboradas por la Cámara de Comercio Internacional (CCI) que establecen términos comerciales comunes y específicos aplicados en contratos de compraventa internacional. Estos términos proporcionan una estructura clara para las partes involucradas en la transacción, determinando quién asume la responsabilidad de los costos y riesgos asociados en cada etapa del transporte de mercancías (ICCSPAIN, 2023).

Propósito

La razón fundamental de los Incoterms es uniformizar la interpretación de los términos contractuales más frecuentemente empleados en el comercio internacional. Al hacerlo, se disminuye la ambigüedad y se facilita la comunicación entre compradores y vendedores de diversos países y sistemas legales (Schneider, 2020).

Estructura de los Incoterms:

Los Incoterms se dividen en grupos basados en el método de transporte de las mercancías:

Grupo E (Partida): Exclusivamente para transporte marítimo o vías navegables interiores.

Grupo F (Principal Porteador no Pagador): Las responsabilidades del vendedor termina al entregar las mercancías al transportista.

Grupo C (Principal Porteador Pagador): El vendedor asume los costos de transporte principal hasta el destino convenido.

Grupo D (Llegada): El vendedor es responsable de entregar las mercancías en el lugar de destino convenido.

Principales Términos:

EXW (En fábrica): El vendedor entrega las mercancías en su lugar de negocios.

FOB (Libre a Bordo): El vendedor entrega las mercancías a bordo del buque en el puerto de embarque designado.

CIF (Coste, Seguro y Flete): El vendedor paga el costo, el flete y el seguro hasta el puerto de destino designado.

DDP (Entregada con derechos pagados): El vendedor entrega las mercancías en el lugar de destino, pagando todos los costos y derechos.

LEY GENERAL DE ADUANAS

La Ley General de Aduanas es el Decreto Legislativo N° 1053, y su objetivo es regular la relación legal entre la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) y las personas naturales y jurídicas involucradas en los procesos de ingreso, permanencia, traslado y salida de mercancías hacia y desde el territorio aduanero (Decreto Legislativo N° 1053, 2008).

La Ley General de Aduanas está estructurada en diez secciones que abordan diversos aspectos, incluyendo definiciones, alcance de aplicación, potestad aduanera, regímenes aduaneros, infracciones y sanciones, procedimiento administrativo, proceso contencioso administrativo, así como disposiciones complementarias, transitorias y finales (Decreto Legislativo N° 1053, 2008).

El Decreto Legislativo N° 1433 ha introducido modificaciones a la Ley General de Aduanas, incorporando conceptos fundamentales como los operadores de comercio exterior, los operadores intervinientes, los terceros y el operador económico autorizado. Asimismo, dicho decreto legislativo establece las obligaciones y beneficios asociados a estos nuevos elementos en el ámbito aduanero (Decreto Legislativo N° 1053, 2008).

La Ley General de Aduanas cuenta con su reglamento, que está establecido en el Decreto Supremo N° 010-2009-EF. Este reglamento detalla los aspectos operativos y procedimentales contemplados en la ley. Cabe destacar que el mencionado reglamento ha sido objeto de modificaciones mediante el Decreto Supremo N° 367-2019, el cual introduce cambios en las obligaciones relacionadas con el control aduanero, las

categorías de los operadores de comercio exterior y las modalidades de despacho.
(Decreto Legislativo N° 1053, 2008).

REGLAMENTO DE LA LEY GENERAL DE ADUANAS (DECRETO SUPREMO N° 010-2009-EF)

El objetivo del Reglamento de la Ley General de Aduanas es regular la aplicación de la Ley General de Aduanas, aprobada por el Decreto Legislativo N° 1053, que se aplica a todas las actividades aduaneras en el Perú y es de obligatorio cumplimiento para toda persona, mercancía y medio de transporte dentro del territorio aduanero (DECRETO SUPREMO N° 010-2009-EF, 2009).

El Reglamento empezó a regir a los sesenta días calendario contados desde el día siguiente de su publicación, salvo algunos capítulos y secciones que empezaron a regir el 1 de enero de 2010. El Reglamento dispone que el servicio aduanero adapta sus procesos a un sistema de gestión de calidad, conforme a normas internacionales de gestión de calidad (DECRETO SUPREMO N° 010-2009-EF, 2009)..

El Reglamento, establecido por el Decreto Supremo N° 010-2009-EF, ha experimentado diversas modificaciones a través de decretos supremos con el propósito de intensificar el control sobre las importaciones de mercancías identificadas como propensas al fraude. Asimismo, se busca agilizar las operaciones de comercio exterior, salvaguardar la seguridad de la cadena logística y reforzar las acciones llevadas a cabo por la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) (DECRETO SUPREMO N° 010-2009-EF, 2009)..

La naturaleza dinámica del comercio internacional y la necesidad de adaptarse continuamente han motivado que el reglamento, establecido por el Decreto Supremo N° 010-2009-EF, sea objeto de modificaciones a través de diversos decretos supremos. Estas modificaciones, lejos de ser simplemente formalidades, tienen como objetivo mejorar el control sobre las importaciones que son susceptibles a prácticas fraudulentas.

Además, se han enfocado en agilizar las operaciones de comercio exterior al mismo tiempo que garantizan la seguridad de la cadena logística (DECRETO SUPREMO N° 010-2009-EF, 2009)..

El proceso de adaptación no se limita exclusivamente al reglamento, sino que involucra un continuo fortalecimiento de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT). Esta entidad, responsable de la administración aduanera en Perú, desempeña un papel crucial en garantizar el cumplimiento normativo y la eficacia de las operaciones aduaneras. Este fortalecimiento no solo se dirige a cumplir con los estándares internacionales, sino también a establecer una base sólida para las transacciones comerciales a nivel nacional (DECRETO SUPREMO N° 010-2009-EF, 2009)..

DECLARACIÓN ADUANERA DE MERCANCÍAS (DAM)

La Declaración Aduanera de Mercancías (DAM) es un documento esencial utilizado para comunicar la información acerca de los bienes que se pretenden importar o exportar, detallando el régimen aduanero que se seleccionará. Este régimen aduanero especifica el tratamiento otorgado a las mercancías según su origen, destino, características y propósito. Algunos ejemplos de regímenes aduaneros comprenden la importación para consumo, exportación definitiva, admisión temporal, reimportación, reexportación, entre otros (IFSPerú, 2023).

PROCESO DE IMPORTACIÓN

Para Bravo (2011) el ciclo de la importación, según se describe, inicia con el contacto inicial del cliente con la agencia de aduana y culmina al completarse la entrega de la mercancía, englobando así todo el proceso administrativo involucrado. El proceso operativo de importación se refiere a las acciones vinculadas con el despacho aduanero, involucrando la gestión de procedimientos requeridos para obtener la autorización aduanera. Incluye el cumplimiento de los requisitos aduaneros, sometiendo el despacho

al control pertinente, necesario para la liberación de la mercancía, y culmina con la entrega de dicha mercancía al cliente.

Asimismo, Mallar (2010) afirma que los procesos operativos engloban una variedad de actividades, procedimientos y acciones que impactan de manera directa en la percepción y experiencia del cliente respecto a los productos o servicios proporcionados por una empresa. Estas operaciones abarcan desde la primera interacción con el cliente hasta la entrega final del producto o servicio. Comprenden elementos como la eficacia en la prestación del servicio, la calidad del producto, la rapidez en la entrega, la atención al cliente, la eficiencia en la resolución de problemas, y todas las fases que influyen en la satisfacción del cliente.

Para Pico (2006) los procesos operativos abarcan una secuencia de actividades que generan un valor agregado, comenzando con la comprensión de las necesidades del cliente y finalizando con la utilización del bien o servicio por parte del mismo. Estos procedimientos operativos culminan en la satisfacción del cliente respecto al servicio ofrecido, siempre y cuando se hayan cumplido sus expectativas.

Por otro lado Zagal (2009) la importación definitiva es el proceso aduanero que permite que los bienes entren legalmente al territorio aduanero con la finalidad de ser utilizados o consumidos. Esto se lleva a cabo después de pagar los impuestos correspondientes o de garantizar el pago de la deuda tributaria, cumpliendo con todos los requisitos y trámites establecidos por la aduana.

Desde el punto de vista de Rosas (2009) el propietario o destinatario decide llevar los bienes recibidos del extranjero al régimen de importación para su consumo. Una vez que se aprueba la autorización para liberar la mercancía, esta puede circular sin restricciones y permanecer de manera indefinida en el territorio aduanero del país.

Es importante indicar que los documentos esenciales para realizar el procedimiento de nacionalización de una mercancía incluyen la factura comercial, el documento de

transporte internacional, el certificado de origen, el seguro de transporte internacional, así como otros documentos de supervisión requeridos. (Sosa, 2001).

Es también importante resaltar que al pedir la autorización aduanera, se asigna un grado de control que se divide en tres categorías: canal verde, canal naranja y canal rojo (Peirats & Ninot, 2015).

Por lo tanto, considerando lo anteriormente expuesto, se hace alusión al procedimiento operativo de importación realizado por una agencia de aduanas para la nacionalización de la mercancía. Según, Armestar & Machuca (2008), las etapas involucradas abarcan la cotización de la orden de servicio, la elaboración de la orden de servicio, la valoración de mercancías, la clasificación de mercancías, la liquidación de derechos arancelarios y tributos, la numeración del Documento Aduanero de Mercancías (DAM), el procesamiento del despacho aduanero y el archivo del despacho aduanero.

SATISFACCION DE LOS CLIENTES

Asimismo, resulta fundamental definir y dilucidar términos clave aportados por diversos autores y expertos que respaldan el proyecto de investigación, con un enfoque (2006) definen como el sentimiento de satisfacción o decepción derivado de la comparación entre la experiencia vivida al adquirir un producto y las expectativas generadas previamente antes de su adquisición. Del mismo modo, se define como la respuesta positiva y satisfactoria del cliente ante un producto o servicio, lo que conlleva a un sentimiento de satisfacción plena (Dos Santos, 2016).

En tal sentido, se menciona que para Armstrong & Kotler (2013) la satisfacción surge de la evaluación que el cliente realiza después de adquirir un producto, comparando su experiencia real con las expectativas que tenía previamente a la compra. Esto implica un análisis donde se contrastan las expectativas que se tenían con la realidad experimentada al utilizar o adquirir el producto o servicio, lo que influye directamente en el nivel de satisfacción percibida. La discrepancia entre las expectativas y la experiencia real

juega un papel clave en la percepción de satisfacción del cliente, ya que si la realidad supera las expectativas, se genera una sensación de satisfacción positiva, mientras que si las expectativas no son cumplidas, puede derivar en una insatisfacción.

También Khadka & Maharjan (2017) la importancia de un cliente satisfecho radica en su capacidad para proporcionar retroalimentación fundamental. Estos comentarios representan una fuente valiosa de información que, mediante el empleo de métodos estadísticos, permite identificar áreas de mejora en los productos o servicios ofrecidos. Esta retroalimentación brindada por clientes satisfechos contribuye a ajustar y perfeccionar la calidad del servicio o producto, fortaleciendo la relación con la clientela y, en consecuencia, mejorando la competitividad y el posicionamiento en el mercado.

Por otro lado Kotler (2001) la percepción de satisfacción respecto a un producto o servicio se establece a partir de la comparación que el consumidor realiza entre el desempeño o utilidad experimentada y las expectativas previas que había concebido. Este análisis se fundamenta en el grado en el que el producto o servicio cumple con las expectativas del consumidor y en qué medida supera o se queda corto en relación con lo esperado, influyendo así en su nivel de satisfacción.

Así también Illieska (2013) afirma que la satisfacción del cliente es el conjunto de emociones positivas o negativas que espera al adquirir un producto o servicio y posteriormente comparar su desempeño con las expectativas que había generado previamente. Este sentimiento se origina al evaluar la diferencia entre lo que el consumidor esperaba y su percepción de la calidad, utilidad o eficacia real del producto o servicio. Es un proceso dinámico que involucra la comparación entre las expectativas iniciales y la experiencia vivida, pudiendo generar sensaciones de alegría o desilusión dependiendo de la concordancia entre lo esperado y lo recibido.

Finalmente Thompson (2006) propone que los consumidores experimentan tres niveles de satisfacción después de adquirir un producto o servicio. Estos niveles incluyen la

insatisfacción, que surge cuando el rendimiento percibido no alcanza las expectativas del usuario; la satisfacción, que se manifiesta cuando el rendimiento percibido coincide con las expectativas del usuario; y la complacencia, que ocurre cuando el rendimiento percibido supera las expectativas del usuario. Desde esta perspectiva, los clientes pueden experimentar distintos niveles de satisfacción que influyen en sus emociones o sentimientos, ya sean positivos o negativos, con respecto al producto o servicio adquirido.

2.2. MARCO CONCEPTUAL

Aduanas: Las aduanas son entidades gubernamentales encargadas de regular y controlar el flujo de bienes, productos y personas que ingresan y salen de un país. Estas instituciones aplican regulaciones aduaneras, verifican la documentación, cobran aranceles (impuestos) y aseguran la legalidad y seguridad de las mercancías que cruzan las fronteras (Aduanas España, s. f.).

Agencia: En el contexto de comercio internacional, una agencia puede referirse a una Agencia Aduanal, una entidad especializada que facilita el proceso de importación y exportación. Estas agencias actúan como intermediarios entre importadores/exportadores y las aduanas, gestionando trámites, documentación y procesos legales para el despacho de mercancías (Grupo EI, 2023).

Aranceles: Los aranceles son gravámenes o tasas impositivas aplicadas a los bienes que son importados o exportados entre naciones. Estos gravámenes son establecidos por los gobiernos y pueden tener diversos propósitos, como recaudar ingresos para el Estado, proteger la producción nacional o regular el comercio exterior (SICE, 2023).

Calidad: Dentro del contexto empresarial, la calidad se define como el conjunto de atributos y características de un producto o servicio que cumplen con estándares y requisitos específicos. Esto abarca aspectos como la fiabilidad, durabilidad, usabilidad y la capacidad para satisfacer las necesidades del cliente (Passu, 2023).

Clientes: Son aquellas personas, empresas o entidades que adquieren los productos o servicios ofrecidos por una empresa. Representan el punto central de atención de cualquier negocio, dado que su satisfacción y fidelización son aspectos fundamentales para el éxito y la rentabilidad de la empresa (Ospina, 2020).

Importación: La importación se refiere al proceso de introducir bienes, productos o servicios de un país extranjero al país de destino. Esto implica una serie de trámites aduaneros, transporte, regulaciones y documentación necesaria para cumplir con las leyes y procedimientos de importación (Banco Santander, 2022).

Proceso: En el entorno empresarial, un proceso se define como una sucesión de pasos interconectados que se ejecutan con el propósito de alcanzar un objetivo particular. Puede abarcar cualquier fase dentro de la fabricación, distribución, comercialización o prestación de servicios que conduce a la entrega definitiva de productos o servicios a los consumidores (Asana, 2022).

Productos: Se trata de productos físicos o servicios que surgen de un proceso de producción o creación. Estos pueden ser objetos tangibles, como dispositivos electrónicos, prendas de vestir, alimentos, o también intangibles, como servicios de consultoría, educación o entretenimiento. (Pavon, 2018).

Satisfacción: En el contexto comercial, la satisfacción alude al sentimiento positivo que experimenta un cliente después de comprar y utilizar un producto o servicio. Este estado se alcanza cuando las expectativas del consumidor son satisfechas o superadas, fomentando así la fidelización del cliente y las recomendaciones (Hammond, 2022).

2.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

2.3.1. HIPÓTESIS GENERAL

Existe relación significativa entre el proceso operativo de importación y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023.

2.3.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

- Existe relación significativa entre la gestión aduanera y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023.
- Existe relación significativa entre la logística y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023.
- Existe relación significativa entre la calidad de los productos importados y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023.
- Existe relación significativa entre el índice de eficiencia y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. ZONA DE ESTUDIO

La investigación se llevó a cabo en la Agencia de Aduana Interamericana S.A., ubicada en Desaguadero, Provincia de Chucuito, Departamento de Puno, Perú, con coordenadas geográficas de 17°17'30" de latitud sur y 71°06'57" de longitud oeste. Esta ubicación estratégica en la meseta del Collao, cerca de la frontera con Bolivia, la convierte en un punto crucial para el comercio internacional. La agencia desempeña un papel vital en facilitar las operaciones aduaneras entre ambos países, influyendo en el desarrollo económico local y regional. Los actores clave incluyen la Agencia de Aduana Interamericana S.A., comerciantes transfronterizos, autoridades gubernamentales y la comunidad local, cuyas perspectivas contribuyen a una comprensión integral de las dinámicas aduaneras y su impacto en la región.

3.2. TAMAÑO DE MUESTRA

3.2.1. POBLACIÓN

Se refiere a la totalidad de los componentes (unidades de análisis) que forman parte del entorno espacial en el que se lleva a cabo la labor de investigación (Carrasco, 2005). La población estaba compuesta por 118 clientes según el sistema DAMNET FAST de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Estos clientes representan el promedio mensual de las empresas que realizaron solicitudes de importación de los servicios de la agencia de aduana a lo largo del año 2023.

3.2.2. MUESTRA

Constituye una subdivisión del universo o población de la cual se recopilan datos, y su importancia radica en su capacidad para ser representativo de dicho universo, facilitando así la generalización de los resultados obtenidos (Hernández & Mendoza, 2018). Para determinar la muestra se empleó la siguiente fórmula propuesta por (Hernández et al., 2014):

Dónde:

N = Es el tamaño de la muestra.

Z = Valor de la distribución normal estandarizada = 1.96, con un grado de confianza del 95%.

p = Probabilidad de éxito 0.5.

q = Probabilidad de fracaso 0.5.

E = Es el máximo error permisible 0.05.

N = Tamaño de la población.

Reemplazamos:

$$n = \frac{1.96^2(0.5)(0.5)(118)}{(0.05)^2(118-1) + 1.96^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = 90.4519 = 91$$

La muestra se determinó igual a 91 clientes de la agencia.

3.2.3. SELECCIÓN DE MUESTRA

La investigación aplicó un método de muestreo probabilístico al seleccionar a los encuestados basándose en su probabilidad de ser elegidos al azar. Se fijó un nivel de confianza del 95%, y se seleccionó una probabilidad de éxito (p) y una probabilidad de fracaso (q) del 50%.

3.3. MÉTODOS Y TÉCNICAS

ENFOQUE: CUANTITATIVO

Es cuantitativo, ya que involucra la recolección de datos numéricos mediante técnicas como encuestas, pruebas o mediciones. El propósito es analizar estos datos de manera estadística, utilizando análisis estadísticos y técnicas matemáticas, con el objetivo de obtener conclusiones objetivas y generalizables (Hernández & Mendoza, 2018).

TIPO: BÁSICO

La investigación se categoriza como un estudio básico que analiza el procedimiento operativo de importación y la satisfacción de los clientes en la Agencia de Aduana Interamericana S.A. en Puno durante el año 2023. Se examinan de manera elemental los pasos esenciales del proceso de importación llevados a cabo por la agencia, así como aspectos generales relacionados con la satisfacción del cliente, como la eficiencia en la entrega, la calidad del servicio y la claridad en los trámites aduaneros (Niño, 2019).

ALCANCE: CORRELACIONAL

El estudio tiene un alcance correlacional, cuyo objetivo principal es investigar si existe una relación estadística entre dos o más variables, es decir, si los cambios en una variable están vinculados con los cambios en otra variable (Sanchez & Reyes, 2015). Para evaluar esta relación, se empleó el coeficiente de correlación de Pearson (r). Este método estadístico permitirá examinar cómo las variaciones en el proceso operativo de importación podrían estar asociadas con cambios en la satisfacción del cliente, generando resultados valiosos para posibles mejoras operativas.

MÉTODO: DESCRIPTIVO - CORRELACIONAL

El método descriptivo-correlacional se utilizó para describir el fenómeno o situación de manera detallada y, al mismo tiempo, para identificar y medir las posibles relaciones o asociaciones entre variables relevantes a través de análisis estadísticos (Quezada, 2015).

DISEÑO: NO EXPERIMENTAL - TRANSVERSAL

El enfoque metodológico de esta investigación se ha concebido bajo un diseño no experimental de tipo transversal. Este diseño, conocido por su carácter observacional y la ausencia de intervenciones directas, se revela idóneo para capturar variables en su entorno natural, sin distorsionar las condiciones naturales del fenómeno estudiado.

La elección deliberada de un diseño no experimental denota la intención de la investigación de no influir deliberadamente en las variables, permitiendo así una observación auténtica y representativa de la realidad. Este enfoque se alinea con la filosofía de capturar fenómenos en su contexto natural, sin manipulaciones que pudieran alterar su curso natural.

La temporalidad de la recopilación de datos se rige por la naturaleza transversal del diseño. En este sentido, se planea la recolección de datos en un único momento temporal, proporcionando una instantánea detallada de las variables de interés. La ventaja inherente de este diseño transversal es su eficacia para la comparación de participantes en un punto específico en el tiempo, sin requerir un seguimiento a largo plazo.

Este diseño no solo se fundamenta en principios metodológicos sólidos, sino que también ha sido respaldado por la literatura académica. Hernández et al. (2006) destacan la utilidad de los diseños no experimentales transversales en la investigación social, especialmente cuando se busca una comprensión profunda de variables en un momento específico, sin comprometer la estructura natural de los fenómenos estudiados. (Hernández et al., 2006).

3.4. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE GENERAL

Variable Independiente: Proceso operativo de importación

Variable Dependiente: Satisfacción de los clientes

VARIABLES ESPECÍFICAS

Variable Independiente: Gestión aduanera

Variable Dependiente: Satisfacción de los clientes

Variable Independiente: Logística

Variable Dependiente: Satisfacción de los clientes

Variable Independiente: Calidad de los productos importados

Variable Dependiente: Satisfacción de los clientes

Variable Independiente: Índice de eficiencia

Variable Dependiente: Satisfacción de los clientes

3.4.1. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Categorías o valores
Proceso operativo de importación	De acuerdo con TIBA (2012) el proceso operativo de importación se refiere a la secuencia de actividades y pasos necesarios para traer productos o servicios desde un país extranjero al país de destino.	La variable se medirá con cuatro dimensiones y preguntas tipo escala de likert de cinco puntos.	Gestión aduanera Logística	<ul style="list-style-type: none"> • Precisión en trámites aduaneros • Cumplimiento de tiempos en trámites aduaneros • Tiempo de entrega de los productos importados • Estado de los productos al recibirlos • Calidad y conformidad de los bienes • Cumplimiento de estándares de calidad y normas 	ORDINAL	1) Muy insatisfecho 2) Insatisfecho 3) Neutral 4) Satisfecho 5) Muy satisfecho
Satisfacción de los clientes	Según Hammond (2022) la satisfacción del cliente se refiere al grado de satisfacción, cumplimiento o gratificación	La variable se medirá con cuatro dimensiones y preguntas tipo escala de likert de cinco puntos.	Índice de eficiencia Cumplimiento de Expectativas Experiencia en la Interacción	<ul style="list-style-type: none"> • Costos adicionales inesperados • Agilidad en tiempos de entrega • Cumplimiento de las expectativas de servicio • Conformidad con la calidad del servicio recibido • Calidad de la atención al cliente • Eficacia en la resolución de consultas o problemas 	ORDINAL	1) Muy insatisfecho 2) Insatisfecho 3) Neutral 4) Satisfecho 5) Muy satisfecho

experimentado por los consumidores después de adquirir y utilizar un producto o servicio.

Fiabilidad y Cumplimiento

- Cumplimiento de plazos y tiempos de entrega
- Fiabilidad en la gestión de importaciones

Valor

- Relación percibida
- Relación calidad-precio
- Satisfacción general con la Agencia de Aduana Interamericana S.A.

Percibido y Satisfacción Global

3.5. MÉTODO O DISEÑO ESTADÍSTICO

3.5.1. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

ENCUESTA

La utilización de encuestas como técnica de recopilación de datos es frecuente tanto en la investigación científica como en estudios de mercado. Estas encuestas posibilitan la recopilación sistemática de información a partir de una muestra representativa de la población, con el propósito de obtener datos pertinentes para el estudio en cuestión (Sánchez, 2018).

CUESTIONARIO

En la investigación, se empleó como instrumento el cuestionario. Este consiste en una serie de preguntas estructuradas que se administran a los encuestados con el objetivo de recopilar información sobre las variables de interés en el estudio. Las preguntas se diseñan de acuerdo con las variables que se buscan investigar y pueden abordar diversos aspectos, que van desde opiniones y actitudes hasta características demográficas (Hernández & Mendoza, 2018).

3.5.2. TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS

Estadísticos Descriptivos:

Distribución de frecuencias: Representa la frecuencia de los distintos valores en un conjunto de datos, sirviendo como herramienta para observar la distribución de la información.

Gráficos: Estos gráficos ofrecen una representación visual poderosa y accesible de la distribución de los datos. Permiten identificar patrones, tendencias, variabilidad y cualquier posible desviación que pueda existir en un conjunto de datos.

Estadísticos Inferenciales:

Prueba de hipótesis:

Dentro del marco de la investigación, se seleccionó la aplicación del coeficiente de correlación de Pearson, según lo indicado por (Hernández & Mendoza, 2018). Este indicador estadístico posibilitará la evaluación de la presencia y la magnitud de una eventual relación lineal entre las variables bajo estudio.

3.5.3. MATERIALES Y EQUIPOS

Materiales

- Documentación aduanera
- Registros documentales
- Papel bond
- Bolígrafos
- Carpetas

Equipos

- Computadora
- Software de análisis estadístico
- impresoras
- Teléfono móvil

CAPÍTULO IV

EXPOSICION Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS

4.1. EXPOSICION Y ANALISIS DESCRIPTIVO

4.1.1. VARIABLE INDEPENDIENTE: PROCESO OPERATIVO DE IMPORTACIÓN

DIMENSIÓN 1: Gestión aduanera

1.- ¿Cómo calificaría la precisión y la exactitud en la preparación de la documentación aduanera por parte de la Agencia de Aduana Interamericana S.A.?

Tabla 01: Evaluación de precisión y exactitud en documentación aduanera por los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A.

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Muy insatisfecho	3	3,30
Insatisfecho	3	3,30
Neutral	28	30,77
Satisfecho	40	43,96
Muy satisfecho	17	18,68
Total	91	100,00

Fuente: Procesamiento de datos en SPSS V. 26.

particular en la segunda variable, que es la satisfacción del cliente. En este contexto, Kotler & Lane

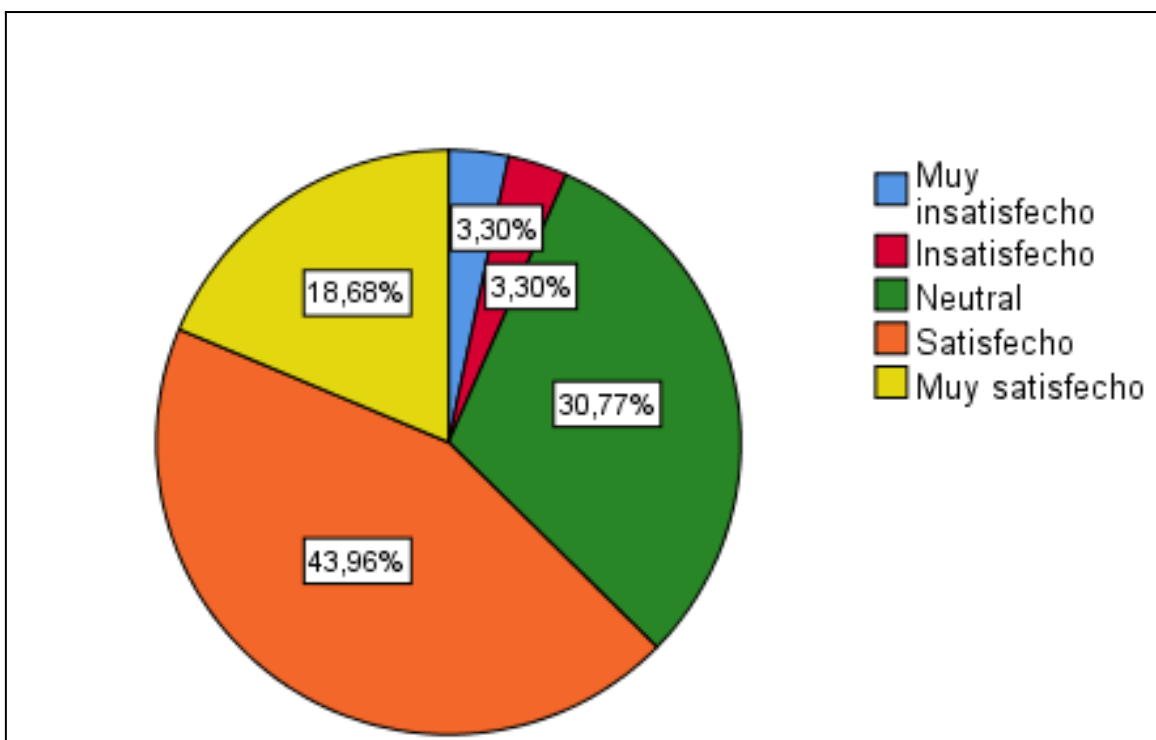


Figura 01: Evaluación de precisión y exactitud en documentación aduanera por los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A.

La Tabla 01 y Figura 01 reflejan la evaluación de la precisión y exactitud en la preparación de la documentación aduanera por parte de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. La mayoría de los clientes se encuentran en las categorías de "Satisfecho" (43,96%) y "Neutral" (30,77%), lo que sugiere una percepción generalmente positiva hacia el servicio. Sin embargo, es importante notar que un pequeño porcentaje expresó insatisfacción, con un 3,30% tanto en la categoría "Muy insatisfecho" como en "Insatisfecho". Estos resultados, destacan la necesidad de analizar detalladamente las áreas de mejora identificadas por los clientes insatisfechos para fortalecer la calidad de la preparación de la documentación aduanera y garantizar una experiencia más positiva en el futuro.

2.- ¿En qué medida considera que la agencia cumple con los plazos establecidos en los trámites aduaneros?

Tabla 02: Evaluación de cumplimiento de plazos en trámites aduaneros por parte de clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A.

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Muy insatisfecho	3	3,30
Insatisfecho	5	5,49
Neutral	28	30,77
Satisfecho	41	45,05
Muy satisfecho	14	15,38
Total	91	100,00

Fuente: Procesamiento de datos en SPSS V. 26.

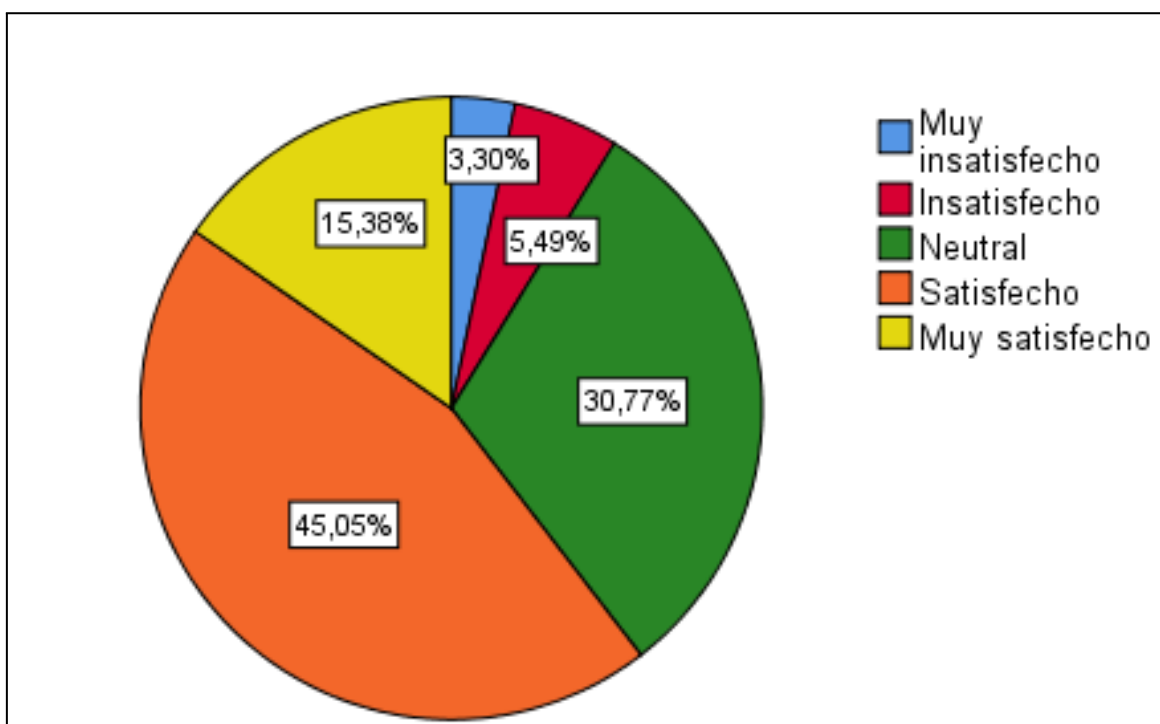


Figura 02: Evaluación de cumplimiento de plazos en trámites aduaneros por parte de clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A.

La Tabla 02 y la Figura 02 presentan la evaluación del cumplimiento de plazos en trámites aduaneros por parte de clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. La información se organiza en categorías que van desde "Muy insatisfecho" hasta "Muy satisfecho", con las correspondientes frecuencias y porcentajes. La categoría "Neutral"

tiene la mayor frecuencia con un 30,77%, seguida por "Satisfecho" con un 45,05%. Esto sugiere que la mayoría de los clientes tiene una percepción neutral o positiva en cuanto al cumplimiento de plazos por parte de la agencia. Sin embargo, es importante señalar que un 8,79% de los clientes expresan insatisfacción, combinando los porcentajes de "Muy insatisfecho" e "Insatisfecho". Esto sugiere que la agencia podría beneficiarse al abordar las áreas que generan neutralidad o insatisfacción en términos de plazos en trámites aduaneros para mejorar la percepción general de sus clientes.

DIMENSIÓN 2: Logística

3. ¿Cómo evaluaría la puntualidad en la entrega de los productos importados por la Agencia de Aduana Interamericana S.A.?

Tabla 03: Puntualidad en la entrega de productos importados

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Muy insatisfecho	1	1,10
Insatisfecho	5	5,49
Neutral	32	35,16
Satisfecho	38	41,76
Muy satisfecho	15	16,48
Total	91	100,00

Fuente: Procesamiento de datos en SPSS V. 26.

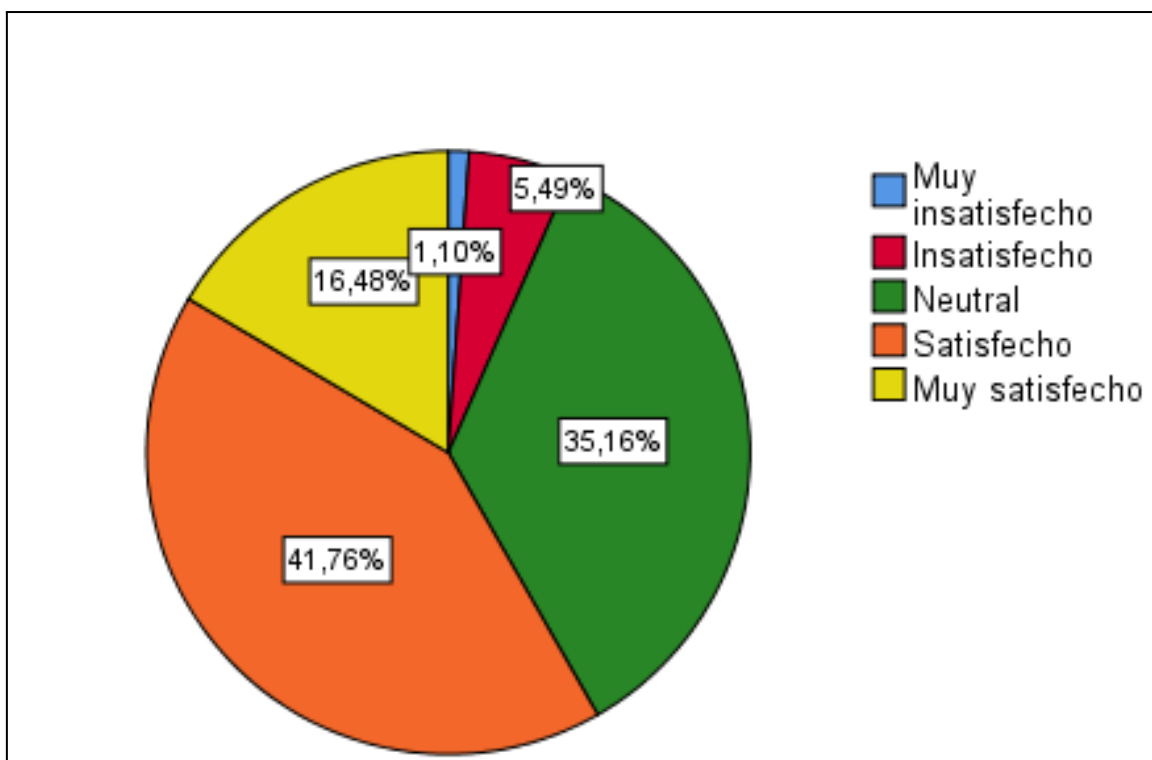


Figura 03: Puntualidad en la entrega de productos importados.

La Tabla 03 y la Figura 03 presentan la evaluación de la puntualidad en la entrega de productos importados por parte de clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Los datos muestran que la categoría "Neutral" cuenta con la mayor frecuencia, representando un 35,16%, seguida por "Satisfecho" con un 41,76%. Esto indica que la mayoría de los clientes tiene una percepción neutral o positiva en cuanto a la puntualidad en la entrega de productos importados. Sin embargo, es relevante notar que un pequeño porcentaje de clientes, un 6,59% en total, manifiesta insatisfacción, combinando los porcentajes de "Muy insatisfecho" e "Insatisfecho". En general, la figura refleja una evaluación equilibrada, pero la atención a los aspectos que generan neutralidad o insatisfacción podría contribuir a fortalecer la reputación de la agencia en términos de puntualidad en la entrega de productos importados.

4.- ¿Qué tan satisfecho está con la condición en la que llegan los productos importados?

Tabla 04: Satisfacción con la condición de productos importados

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Muy insatisfecho	1	1,10
Neutral	29	31,87
Satisfecho	47	51,65
Muy satisfecho	14	15,38
Total	91	100,00

Fuente: Procesamiento de datos en SPSS V. 26.

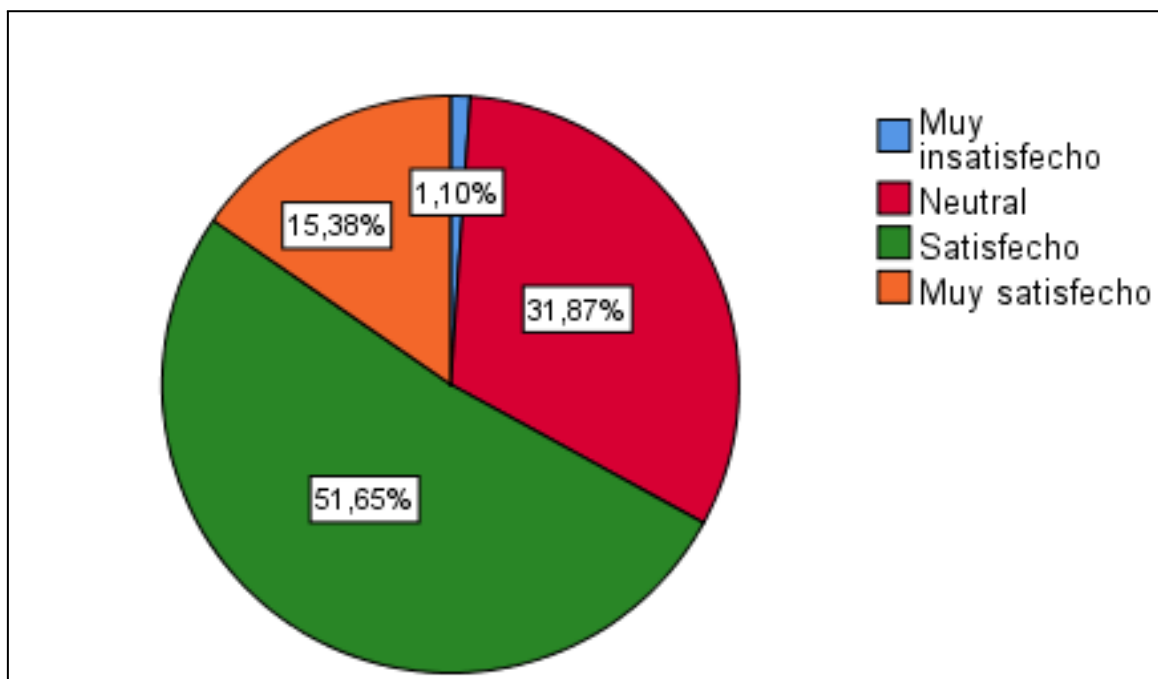


Figura 04: Satisfacción con la Condición de Productos Importados.

La Tabla 04 y la Figura 04 presentan la evaluación de la satisfacción con la condición de los productos importados por parte de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. La mayor proporción de clientes, un 51,65%, manifiesta estar satisfecha con la condición de los productos importados, seguida por un 31,87% que se encuentra en la categoría "Neutral". Además, un 15,38% de los clientes expresan estar

"Muy satisfechos". Por otro lado, un pequeño porcentaje, representado por el 1,10%, manifiesta insatisfacción. La figura sugiere que la agencia ha logrado, en su mayoría, mantener la satisfacción de los clientes en cuanto a la condición de los productos importados. No obstante, la atención a los aspectos que generan neutralidad o insatisfacción podría contribuir a fortalecer aún más la percepción positiva de la agencia en este aspecto.

DIMENSIÓN 3: Calidad de los productos importados

5.- En su experiencia, ¿cómo calificaría la calidad de los productos importados en comparación con sus expectativas?

Tabla 05: Calidad de productos importados en comparación con expectativas

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Muy insatisfecho	1	1,10
Insatisfecho	3	3,30
Neutral	31	34,07
Satisfecho	43	47,25
Muy satisfecho	13	14,29
Total	91	100,00

Fuente: Procesamiento de datos en SPSS V. 26.

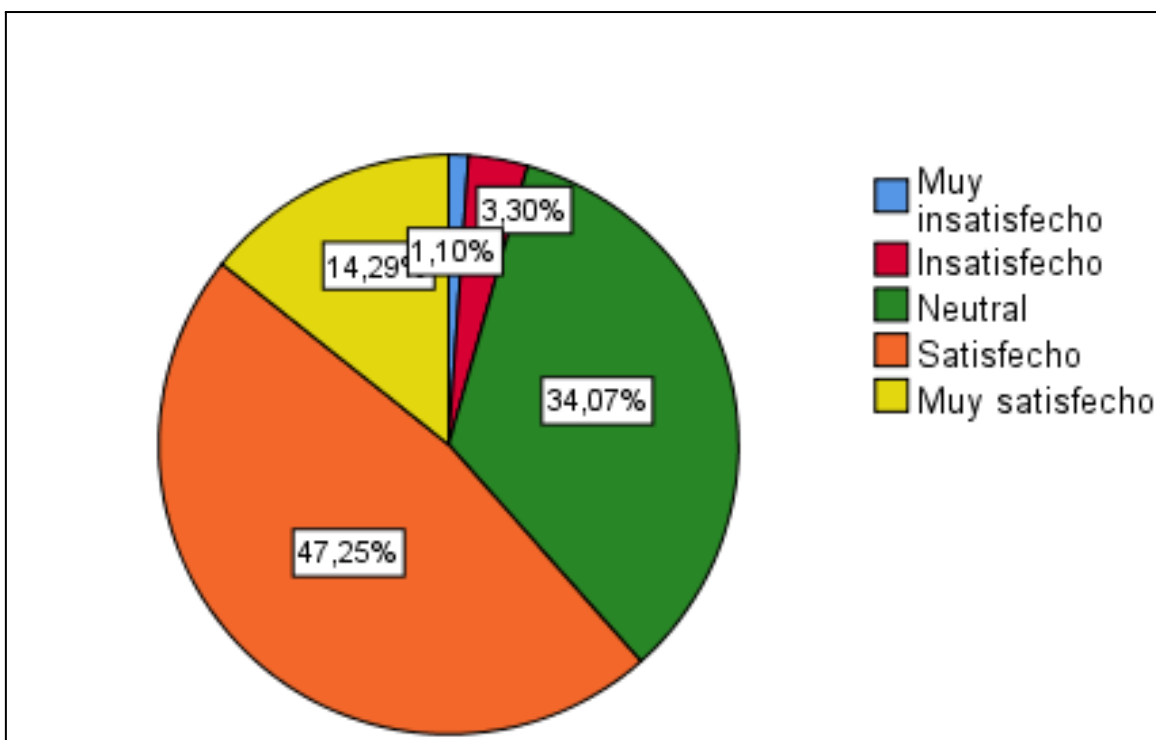


Figura 05: Calidad de productos importados en comparación con expectativas

La Tabla 05 y la Figura 05 presentan la evaluación de la calidad de los productos importados en comparación con las expectativas de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. La mayor proporción de clientes, un 47,25%, expresa estar satisfecha con la calidad de los productos en relación con sus expectativas, seguida por un 34,07% en la categoría "Neutral". Además, un 14,29% de los clientes manifiesta estar "Muy satisfecho". Por otro lado, un pequeño porcentaje, representado por el 4,40%, manifiesta insatisfacción, combinando los porcentajes de "Muy insatisfecho" e "Insatisfecho". La figura sugiere que la mayoría de los clientes percibe que la calidad de los productos importados está alineada con sus expectativas, pero la atención a los aspectos que generan neutralidad o insatisfacción puede ser clave para mantener y mejorar la percepción positiva de la agencia en este aspecto.

6.- ¿En qué medida cree que los productos importados cumplen con las normas y estándares de calidad?

Tabla 06: Cumplimiento de normas y estándares de calidad en productos importados

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Muy insatisfecho	1	1,10
Insatisfecho	1	1,10
Neutral	25	27,47
Satisfecho	51	56,04
Muy satisfecho	13	14,29
Total	91	100,00

Fuente: Procesamiento de datos en SPSS V. 26.

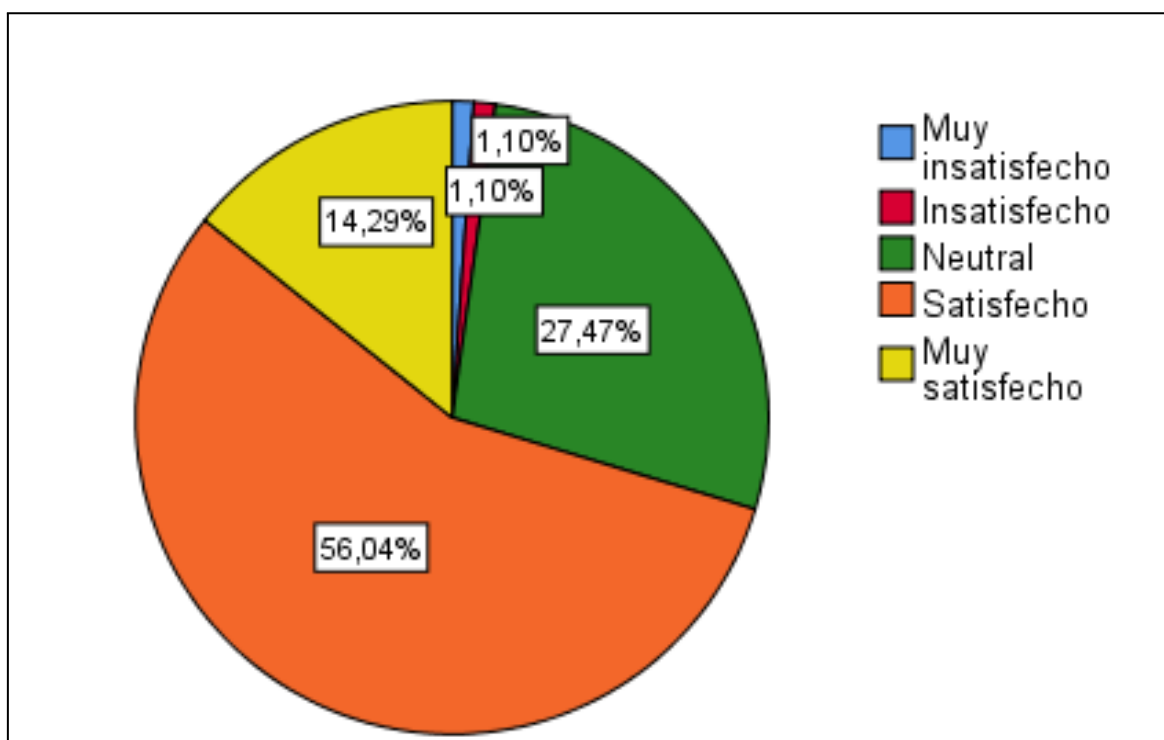


Figura 06: Cumplimiento de normas y estándares de calidad en productos importados

La Tabla 06 y la Figura 06 ofrecen una visión de la percepción de los clientes sobre el cumplimiento de normas y estándares de calidad en los productos importados por la Agencia de Aduana Interamericana S.A. La mayoría de los clientes, un 56,04%, manifiesta estar satisfecha con el cumplimiento de dichas normas y estándares, seguida

por un 27,47% en la categoría "Neutral". Además, un 14,29% de los clientes expresan estar "Muy satisfechos". Sin embargo, es relevante señalar que solo un 2,20% de los clientes manifiesta insatisfacción, combinando los porcentajes de "Muy insatisfecho" e "Insatisfecho". La figura refleja una evaluación generalmente positiva en cuanto al cumplimiento de normas y estándares de calidad, lo que sugiere que la agencia ha mantenido altos estándares en este aspecto. La atención continua a estas áreas puede contribuir a consolidar y mejorar la percepción positiva de la agencia entre sus clientes.

DIMENSIÓN 4: Índice de eficiencia

7.- ¿En qué medida ha experimentado costos inesperados durante el proceso de importación?

Tabla 07: Experiencia con costos inesperados durante el proceso de importación

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Insatisfecho	4	4,40
Neutral	40	43,96
Satisfecho	37	40,66
Muy satisfecho	10	10,99
Total	91	100,00

Fuente: Procesamiento de datos en SPSS V. 26.

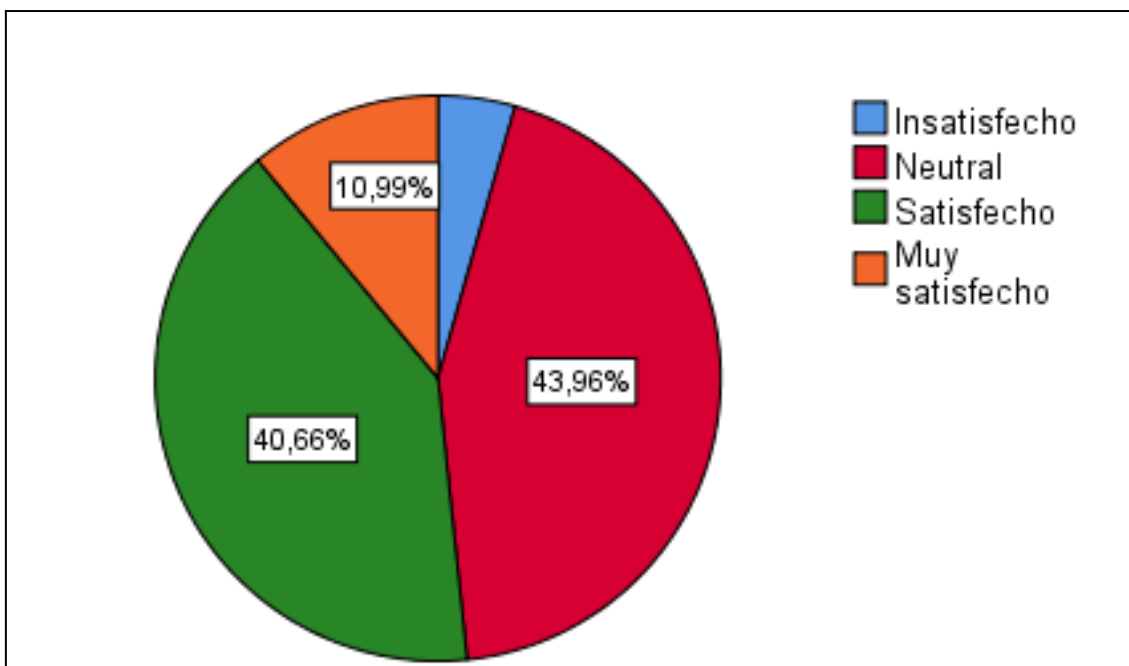


Figura 07: Experiencia con costos inesperados durante el proceso de importación

La Tabla 07 y la Figura 07 proporcionan una perspectiva sobre la experiencia de los clientes en relación con la aparición de costos inesperados durante el proceso de importación con la Agencia de Aduana Interamericana S.A. La mayoría de los clientes, un 43,96%, se encuentra en la categoría "Neutral", indicando que han experimentado en algún grado costos inesperados. Además, un 40,66% de los clientes se manifiesta satisfecho con la gestión de costos durante el proceso de importación, mientras que un 10,99% se muestra "Muy satisfecho". Por otro lado, solo un 4,40% de los clientes manifiesta insatisfacción en este aspecto. La figura sugiere que, aunque existe un grupo considerable de clientes que ha experimentado costos inesperados, la mayoría percibe que la agencia ha manejado de manera satisfactoria esta situación. La atención a los aspectos que generan neutralidad o insatisfacción podría contribuir a optimizar la experiencia de los clientes en términos de costos inesperados durante el proceso de importación.

8.- ¿Cómo calificaría la agilidad en los tiempos de entrega acordados para los productos importados?

Tabla 08: Agilidad en tiempos de entrega acordados para productos importados

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Muy insatisfecho	1	1,10
Insatisfecho	3	3,30
Neutral	29	31,87
Satisfecho	43	47,25
Muy satisfecho	15	16,48
Total	91	100,00

Fuente: Procesamiento de datos en SPSS V. 26.

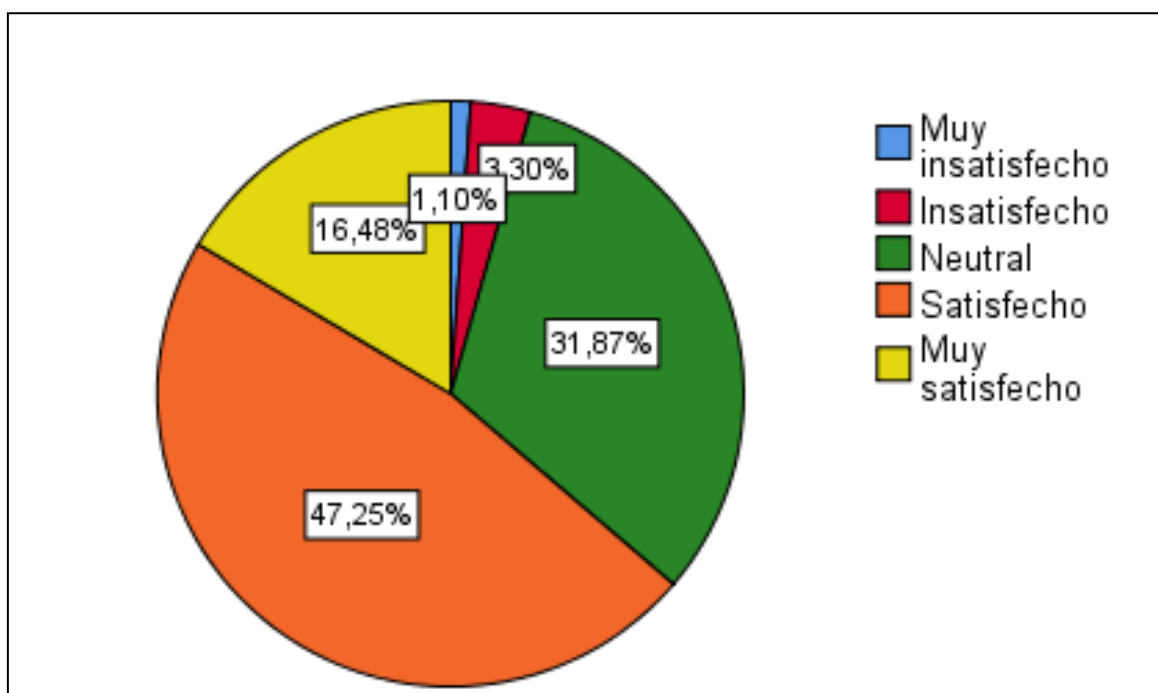


Figura 08: Agilidad en tiempos de entrega acordados para productos importados

La Tabla 08 y la Figura 08 ofrecen una visión sobre la percepción de los clientes en cuanto a la agilidad en los tiempos de entrega acordados para los productos importados por la Agencia de Aduana Interamericana S.A. La mayor proporción de clientes, un 47,25%, manifiesta estar satisfecha con la agilidad en los tiempos de entrega, seguida

por un 31,87% en la categoría "Neutral". Además, un 16,48% de los clientes se encuentra "Muy satisfecho". Por otro lado, solo un pequeño porcentaje, representado por el 4,40%, manifiesta insatisfacción, combinando los porcentajes de "Muy insatisfecho" e "Insatisfecho". La figura refleja una evaluación generalmente positiva en términos de la agilidad en los tiempos de entrega acordados para los productos importados. Aunque hay una proporción de clientes neutrales, la atención a los aspectos que generan neutralidad o insatisfacción podría contribuir a fortalecer aún más la percepción positiva de la agencia en este aspecto crucial.

4.1.2. VARIABLE DEPENDIENTE: SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES

DIMENSIÓN 1: Cumplimiento de Expectativas

9.- ¿En qué medida los servicios de agenciamiento brindados por la Agencia de Aduana Interamericana S.A. cumplen con sus expectativas?

Tabla 09: Cumplimiento de expectativas en servicios de agenciamiento

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Muy insatisfecho	1	1,10
Neutral	27	29,67
Satisfecho	49	53,85
Muy satisfecho	14	15,38
Total	91	100,00

Fuente: Procesamiento de datos en SPSS V. 26.

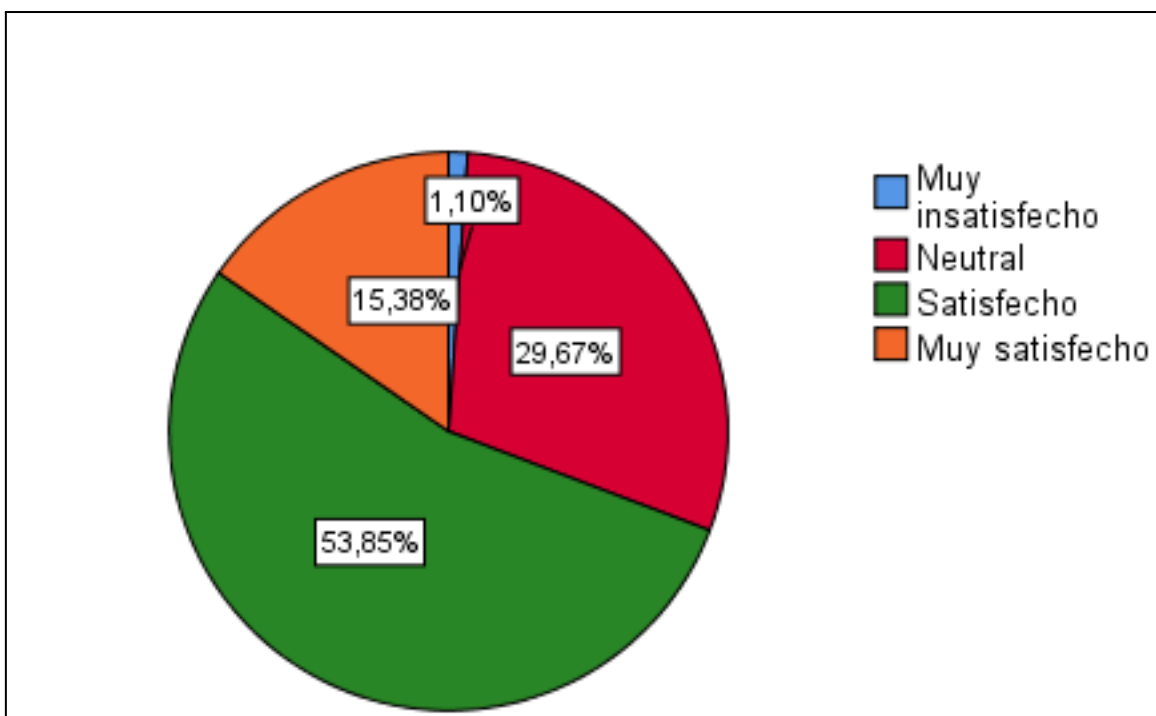


Figura 09: Cumplimiento de Expectativas en Servicios de Agenciamiento

La Tabla 09 y la Figura 09 proporcionan una evaluación sobre el cumplimiento de expectativas en los servicios de agenciamiento brindados por la Agencia de Aduana Interamericana S.A. La mayoría de los clientes, un 53,85%, manifiesta estar satisfecha con los servicios de agenciamiento, seguida por un 29,67% en la categoría "Neutral". Además, un 15,38% de los clientes se muestra "Muy satisfecho". Por otro lado, solo un pequeño porcentaje, representado por el 1,10%, manifiesta insatisfacción. La figura refleja una evaluación generalmente positiva en términos del cumplimiento de expectativas en los servicios de agenciamiento. La atención a los aspectos que generan neutralidad o insatisfacción podría contribuir a fortalecer aún más la percepción positiva de la agencia en este aspecto crucial para la satisfacción del cliente.

10.- ¿Qué tan satisfecho está con la calidad de los servicios de agenciamiento ofrecidos por la Agencia de Aduana Interamericana S.A. en comparación con lo esperado?

Tabla 10: Satisfacción con calidad de servicios de agenciamiento

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Muy insatisfecho	1	1,10
Insatisfecho	3	3,30
Neutral	29	31,87
Satisfecho	48	52,75
Muy satisfecho	10	10,99
Total	91	100,00

Fuente: Procesamiento de datos en SPSS V. 26.

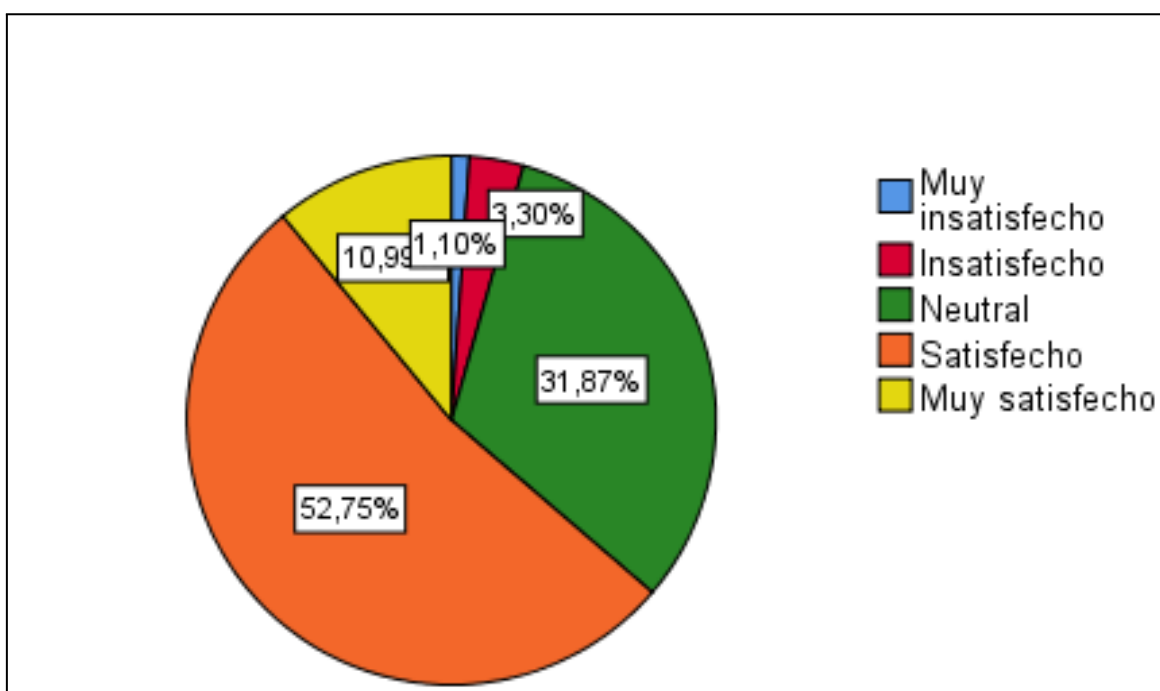


Figura 10: Satisfacción con Calidad de Servicios de Agenciamiento

La Tabla 10 y la Figura 10 presentan la evaluación de la satisfacción con la calidad de los servicios de agenciamiento ofrecidos por la Agencia de Aduana Interamericana S.A. en comparación con las expectativas de los clientes. La mayoría de los clientes, un 52,75%,

manifiesta estar satisfecha con la calidad de los servicios de agenciamiento, seguida por un 31,87% en la categoría "Neutral". Además, un 10,99% de los clientes se muestra "Muy satisfecho". Por otro lado, solo un pequeño porcentaje, representado por el 4,40%, manifiesta insatisfacción, combinando los porcentajes de "Muy insatisfecho" e "Insatisfecho". La figura refleja una evaluación generalmente positiva en términos de la satisfacción con la calidad de los servicios de agenciamiento. La atención a los aspectos que generan neutralidad o insatisfacción podría contribuir a fortalecer aún más la percepción positiva de la agencia en este aspecto crucial para la satisfacción del cliente.

DIMENSIÓN 2: Experiencia en la Interacción

11.- ¿Cómo calificaría la calidad de la atención al cliente que ha recibido por parte de la Agencia de Aduana Interamericana S.A.?

Tabla 11: Calidad de atención al cliente en la interacción

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Muy insatisfecho	3	3,30
Insatisfecho	5	5,49
Neutral	28	30,77
Satisfecho	44	48,35
Muy satisfecho	11	12,09
Total	91	100,00

Fuente: Procesamiento de datos en SPSS V. 26.

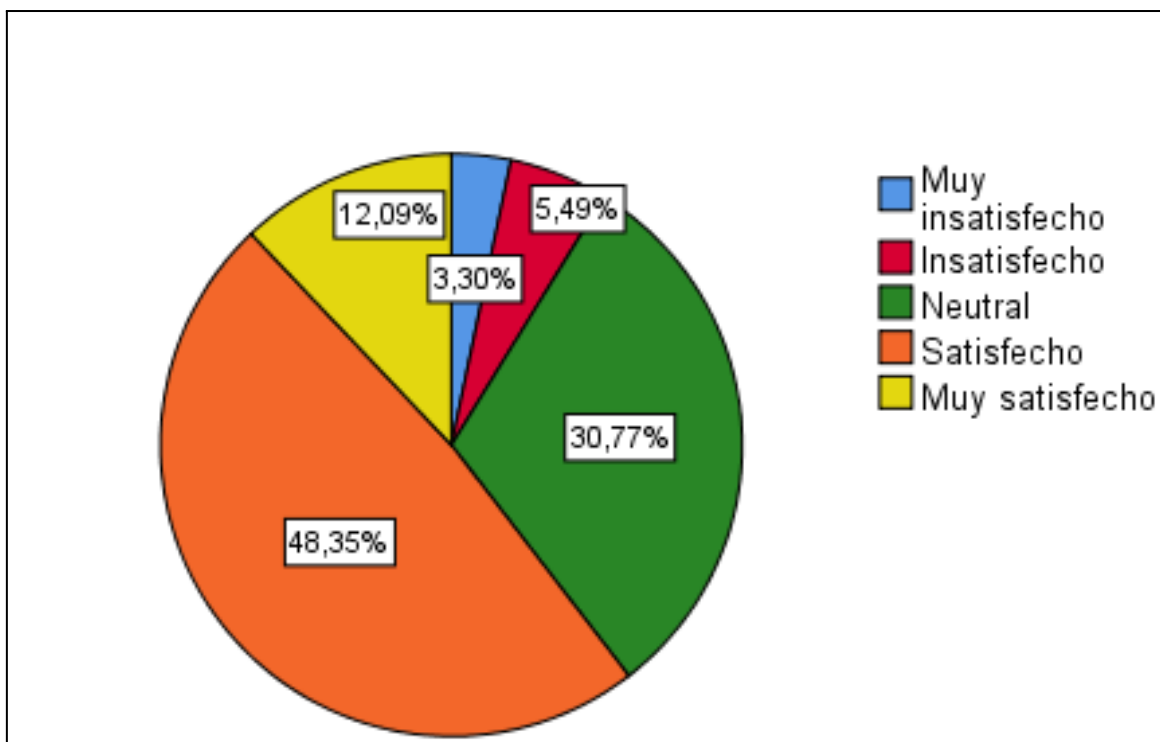


Figura 11: Calidad de atención al cliente en la interacción

La Tabla 11 y la Figura 11 proporcionan una evaluación sobre la calidad de la atención al cliente por parte de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. durante las interacciones. La mayoría de los clientes, un 48,35%, manifiesta estar satisfecha con la calidad de atención al cliente, seguida por un 30,77% en la categoría "Neutral". Además, un 12,09% de los clientes se muestra "Muy satisfecho". Por otro lado, solo un pequeño porcentaje, representado por el 8,79%, manifiesta insatisfacción, combinando los porcentajes de "Muy insatisfecho" e "Insatisfecho". La figura refleja una evaluación generalmente positiva en términos de la calidad de la atención al cliente en la interacción. La atención a los aspectos que generan neutralidad o insatisfacción podría contribuir a fortalecer aún más la percepción positiva de la agencia en este aspecto esencial para la experiencia del cliente.

12.- En su experiencia, ¿en qué medida la agencia resuelve sus consultas o problemas de manera efectiva?

Tabla 12: Resolución efectiva de consultas o problemas por parte de la Agencia

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Muy insatisfecho	1	1,10
Insatisfecho	6	6,59
Neutral	33	36,26
Satisfecho	39	42,86
Muy satisfecho	12	13,19
Total	91	100,00

Fuente: Procesamiento de datos en SPSS V. 26.

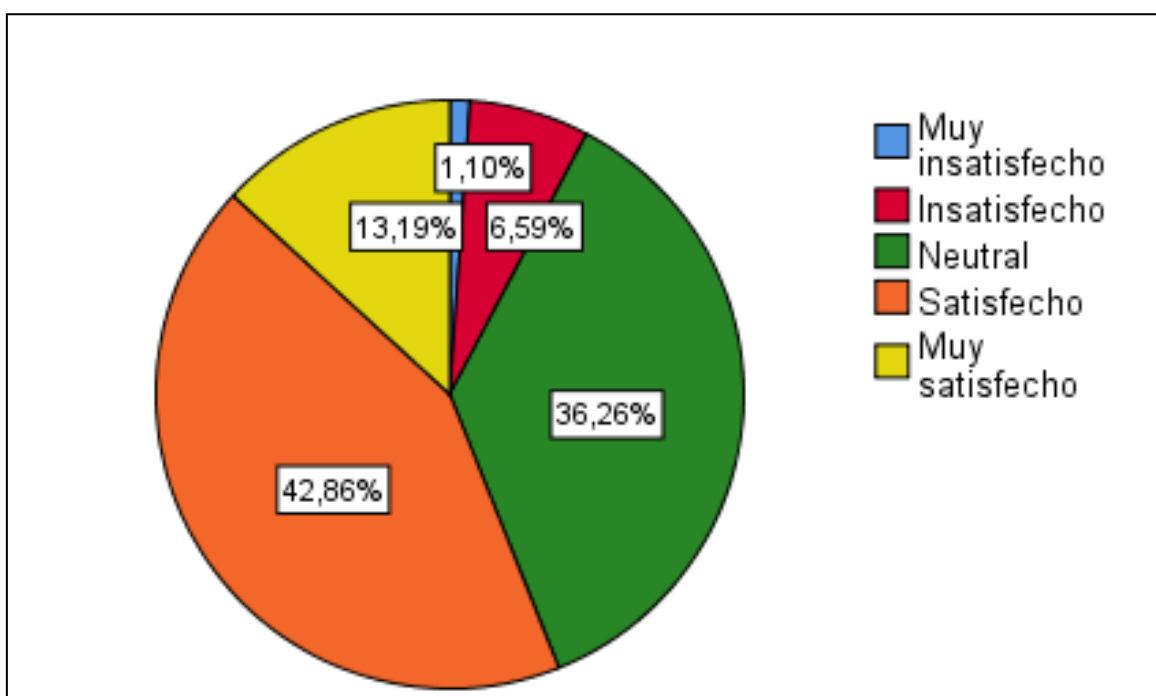


Figura 12: Resolución Efectiva de Consultas o Problemas por Parte de la Agencia

La Tabla 12 y la Figura 12 ofrecen una evaluación sobre la resolución efectiva de consultas o problemas por parte de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. durante las interacciones con los clientes. La mayoría de los clientes, un 42,86%, manifiesta estar satisfecha con la resolución efectiva de consultas o problemas, seguida por un 36,26% en

la categoría "Neutral". Además, un 13,19% de los clientes se muestra "Muy satisfecho". Por otro lado, solo un pequeño porcentaje, representado por el 7,69%, manifiesta insatisfacción, combinando los porcentajes de "Muy insatisfecho" e "Insatisfecho". La figura refleja una evaluación generalmente positiva en términos de la resolución efectiva de consultas o problemas por parte de la agencia. La atención a los aspectos que generan neutralidad o insatisfacción podría contribuir a fortalecer aún más la percepción positiva de la agencia en este aspecto crucial para la satisfacción del cliente.

DIMENSIÓN 3: Fiabilidad y Cumplimiento

13.- ¿Cómo evaluaría la puntualidad en la entrega de servicios o productos por parte de la Agencia de Aduana Interamericana S.A.?

Tabla 13: Puntualidad en la Entrega de Servicios o Productos

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Muy insatisfecho	1	1,10
Insatisfecho	4	4,40
Neutral	34	37,36
Satisfecho	38	41,76
Muy satisfecho	14	15,38
Total	91	100,00

Fuente: Procesamiento de datos en SPSS V. 26.

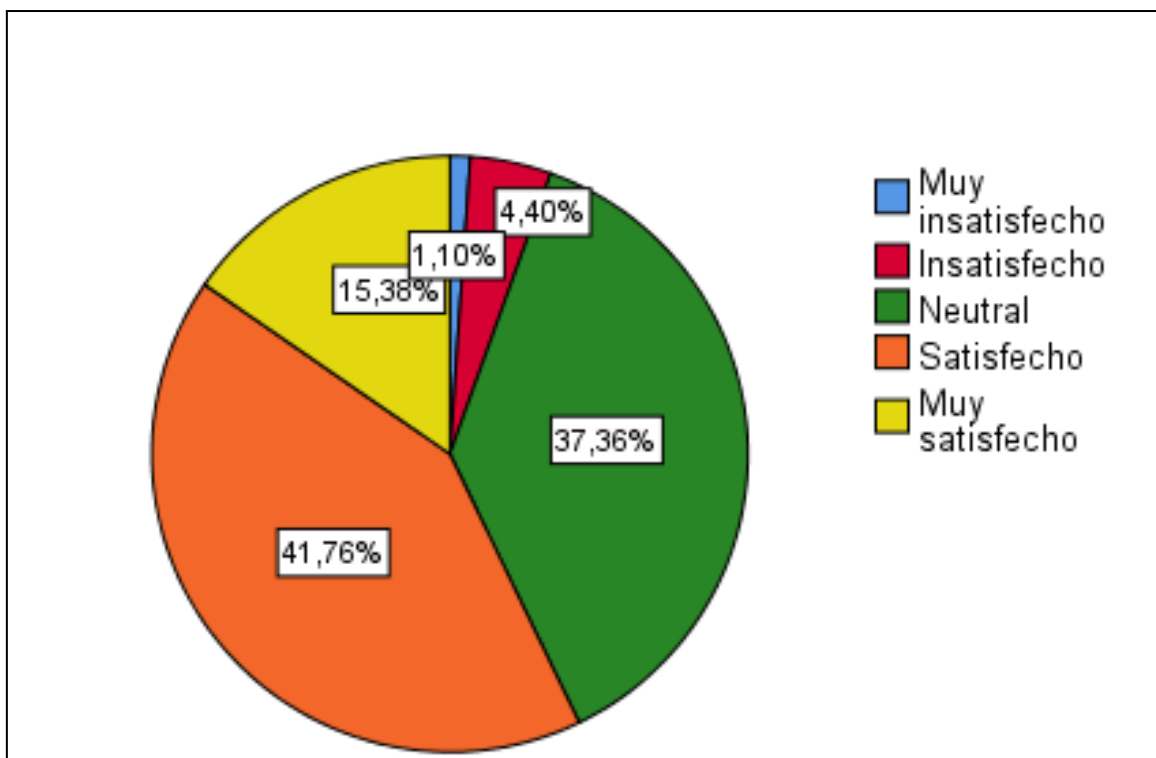


Figura 13: Puntualidad en la Entrega de Servicios o Productos

La Tabla 13 y la Figura 13 proporcionan una evaluación sobre la puntualidad en la entrega de servicios o productos por parte de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. La mayoría de los clientes, un 41,76%, manifiesta estar satisfecha con la puntualidad en la entrega, seguida por un 37,36% en la categoría "Neutral". Además, un 15,38% de los clientes se muestra "Muy satisfecho". Por otro lado, solo un pequeño porcentaje, representado por el 5,49%, manifiesta insatisfacción, combinando los porcentajes de "Muy insatisfecho" e "Insatisfecho". La figura refleja una evaluación generalmente positiva en términos de la puntualidad en la entrega de servicios o productos por parte de la agencia. La atención a los aspectos que generan neutralidad o insatisfacción podría contribuir a fortalecer aún más la percepción positiva de la agencia en este aspecto esencial para la satisfacción del cliente.

14.- En su percepción, ¿hasta qué punto la agencia es confiable en el proceso de importación?

Tabla 14: Fiabilidad de la Agencia en el Proceso de Importación

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Muy insatisfecho	2	2,20
Insatisfecho	1	1,10
Neutral	30	32,97
Satisfecho	44	48,35
Muy satisfecho	14	15,38
Total	91	100,00

Fuente: Procesamiento de datos en SPSS V. 26.

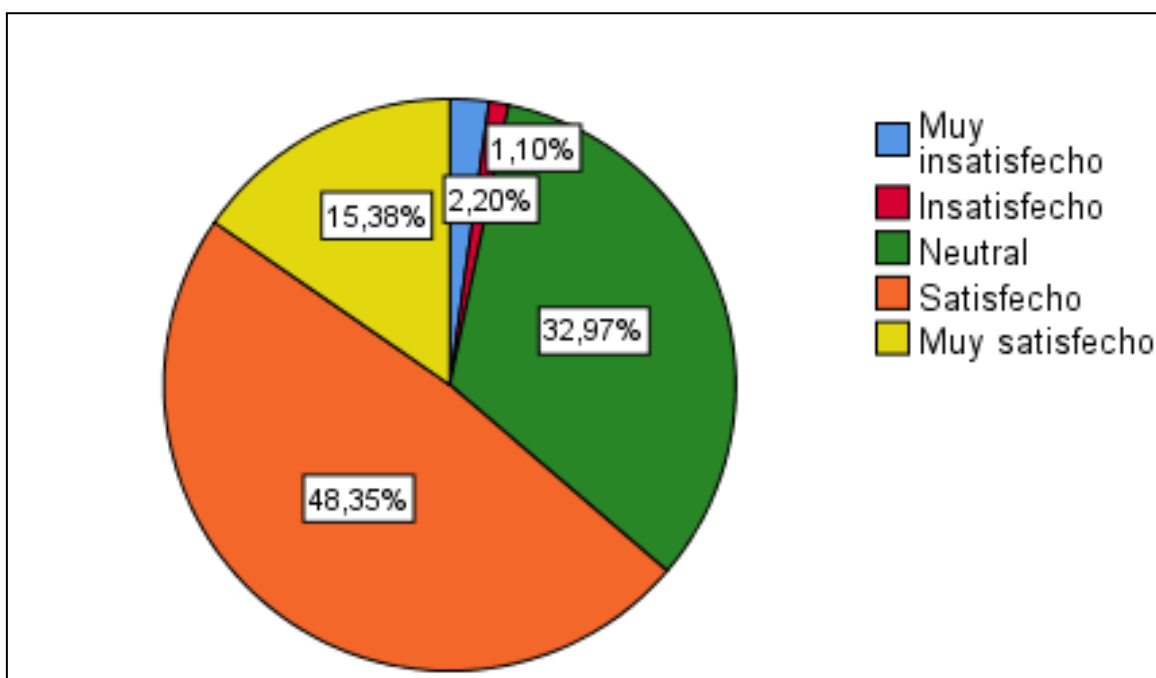


Figura 14: Fiabilidad de la Agencia en el Proceso de Importación

La Tabla 14 y la Figura 14 ofrecen una evaluación sobre la percepción de la confiabilidad de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. en el proceso de importación por parte de los clientes. La mayoría de los clientes, un 48,35%, manifiesta estar satisfecha con la confiabilidad de la agencia, seguida por un 32,97% en la categoría "Neutral". Además, un

15,38% de los clientes se muestra "Muy satisfecho". Por otro lado, solo un pequeño porcentaje, representado por el 3,30%, manifiesta insatisfacción, combinando los porcentajes de "Muy insatisfecho" e "Insatisfecho". La figura refleja una evaluación generalmente positiva en términos de la percepción de confiabilidad de la agencia en el proceso de importación. La atención a los aspectos que generan neutralidad o insatisfacción podría contribuir a fortalecer aún más la percepción positiva de la agencia en este aspecto crucial para la satisfacción del cliente.

DIMENSIÓN 4: Valor Percibido y Satisfacción Global

15.- ¿En qué medida considera que el servicio de agenciamiento ofrecido por la Agencia de Aduana Interamericana S.A. justifica el costo asociado?

Tabla 15: Justificación del Costo Asociado al Servicio de Agenciamiento

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Insatisfecho	3	3,30
Neutral	36	39,56
Satisfecho	42	46,15
Muy satisfecho	10	10,99
Total	91	100,00

Fuente: Procesamiento de datos en SPSS V. 26.

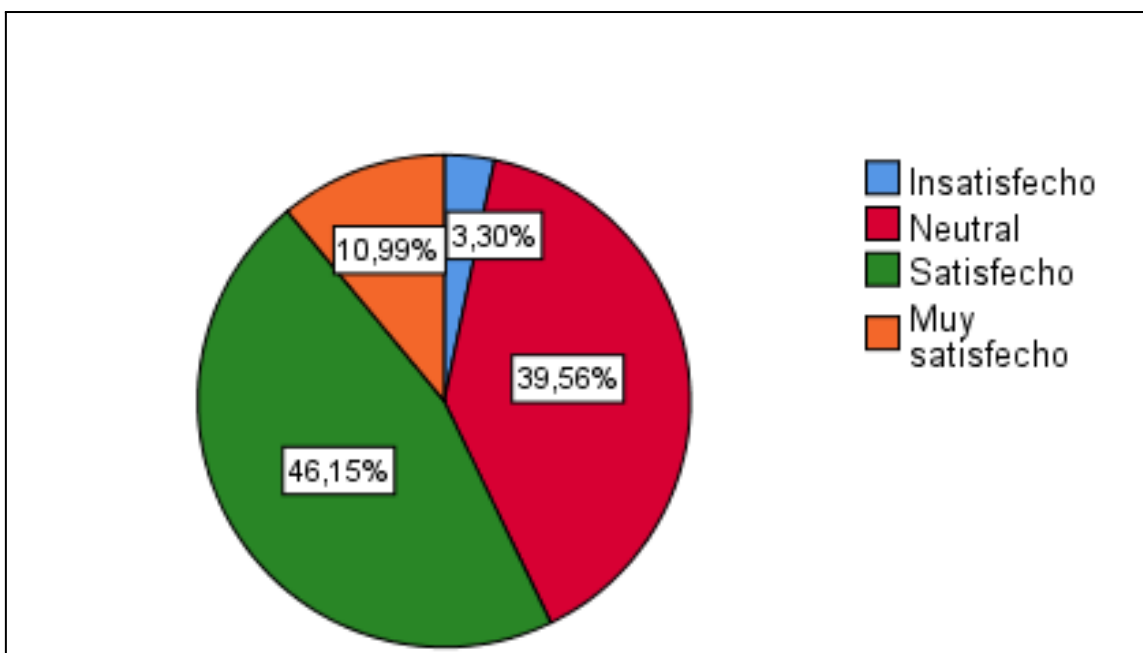


Figura 15: Justificación del Costo Asociado al Servicio de Agenciamiento

La Tabla 15 y la Figura 15 presentan una evaluación sobre la percepción de los clientes en cuanto a la justificación del costo asociado al servicio de agenciamiento ofrecido por la Agencia de Aduana Interamericana S.A. La mayoría de los clientes, un 46,15%, manifiesta estar satisfecha con la justificación del costo asociado, seguida por un 39,56% en la categoría "Neutral". Además, un 10,99% de los clientes se muestra "Muy satisfecho". Por otro lado, solo un pequeño porcentaje, representado por el 3,30%, manifiesta insatisfacción. La figura refleja una evaluación generalmente positiva en términos de la percepción de la justificación del costo asociado al servicio de agenciamiento. La atención a los aspectos que generan neutralidad o insatisfacción podría contribuir a fortalecer aún más la percepción positiva de la agencia en relación con la relación costo-beneficio de sus servicios.

16.- En general, ¿cómo calificaría su nivel de satisfacción con el servicio de agenciamiento de Agencia de Aduana Interamericana S.A. en Puno durante el año 2023?

Tabla 16: Satisfacción Global con el Servicio de Agenciamiento en Puno - Año 2023

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Muy insatisfecho	1	1,10
Insatisfecho	3	3,30
Neutral	32	35,16
Satisfecho	39	42,86
Muy satisfecho	16	17,58
Total	91	100,00

Fuente: Procesamiento de datos en SPSS V. 26.

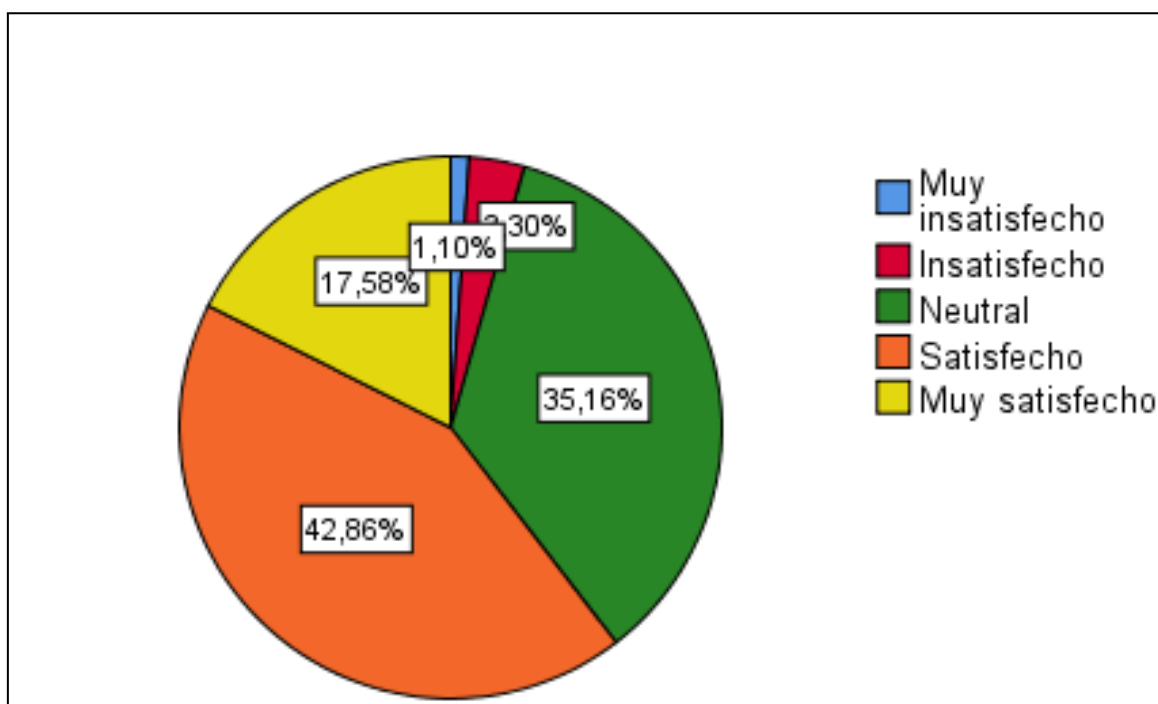


Figura 16: Satisfacción Global con el Servicio de Agenciamiento en Puno - Año 2023

La Tabla 16 y la Figura 16 ofrecen una evaluación general sobre el nivel de satisfacción de los clientes con el servicio de agenciamiento de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. en Puno durante el año 2023. La mayoría de los clientes, un 42,86%, manifiesta

estar satisfecha, seguida por un 35,16% en la categoría "Neutral". Además, un 17,58% de los clientes se muestra "Muy satisfecho". Por otro lado, solo un pequeño porcentaje, representado por el 4,40%, manifiesta insatisfacción, combinando los porcentajes de "Muy insatisfecho" e "Insatisfecho". La figura refleja una evaluación generalmente positiva en términos del nivel de satisfacción con el servicio de agenciamiento proporcionado por la agencia durante el año 2023. La atención a los aspectos que generan neutralidad o insatisfacción podría contribuir a fortalecer aún más la percepción positiva de la agencia en su conjunto.

4.2. RESULTADOS OBJETIVO ESPECÍFICO 01

Establecer la relación entre la gestión aduanera y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023.

4.2.1. CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA 01

H0: No existe relación significativa entre la gestión aduanera y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023.

H1: Existe relación significativa entre la gestión aduanera y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023.

- Si el valor p calculado ≥ 0.05 , se acepta la H_0 . Pero, si el valor p calculado < 0.05 , se acepta H_1 .
- Estadístico aplicado: R de Pearson.

Tabla 17: Relación entre la gestión aduanera y la satisfacción de los clientes.

		Gestión aduanera	Satisfacción de los clientes
Gestión aduanera	Correlación de Pearson	de 1	,734**
	Sig. (bilateral)		0,000
	N	91	91
Satisfacción de los clientes	Correlación de Pearson	,734**	de 1
	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	91	91

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

La Tabla 17 presenta los resultados de la correlación de Pearson para analizar la relación entre la gestión aduanera y la satisfacción de los clientes en la Agencia de Aduana Interamericana S.A. en Puno durante el año 2023. Los resultados muestran una correlación significativa (0,734**) entre la gestión aduanera y la satisfacción de los clientes, con un valor p de 0,000, lo que indica que existe una relación positiva y significativa entre ambos factores. Este hallazgo sugiere que una gestión aduanera eficiente se asocia positivamente con niveles más altos de satisfacción de los clientes, destacando la importancia de la calidad en la gestión aduanera para la experiencia positiva de los clientes en la agencia.

4.3. RESULTADOS OBJETIVO ESPECÍFICO 02

Establecer la relación entre la logística y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023.

4.3.1. CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA 02

H0: No existe relación significativa entre la logística y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023.

H1: Existe relación significativa entre la logística y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023.

- Si el valor p calculado ≥ 0.05 , se acepta la H0. Pero, si el valor p calculado < 0.05 , se acepta H1.
- Estadístico aplicado: R de Pearson.

Tabla 18: Relación entre la logística y la satisfacción de los clientes.

		Logística	Satisfacción de los clientes
Logística	Correlación de Pearson	1	,752**
	Sig. (bilateral)		0,000
	N	91	91
Satisfacción de los clientes	Correlación de Pearson	,752**	1
	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	91	91

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

La Tabla 18 presenta los resultados de la correlación de Pearson para evaluar la relación entre la logística y la satisfacción de los clientes en la Agencia de Aduana Interamericana S.A. en Puno durante el año 2023. Los resultados revelan una correlación significativa (0,752**) entre la logística y la satisfacción de los clientes, con un valor p de 0,000. Estos hallazgos indican una asociación positiva y significativa entre ambos factores, sugiriendo que una gestión eficiente de la logística está relacionada positivamente con niveles más altos de satisfacción de los clientes. La importancia de una logística efectiva para la experiencia positiva del cliente en la agencia se destaca en estos resultados.

Un estudio publicado en PLOS ONE examinó el efecto de la calidad del servicio de logística en la satisfacción del cliente y la intención de reutilización. Descubrieron que la

calidad operativa, la calidad de los recursos, la calidad de la información, la calidad del contacto personal y la calidad de la personalización afectan positivamente la satisfacción de los clientes de servicios de logística. Además, la satisfacción del cliente afecta positivamente la intención de reutilización (Lin et al., 2023).

Otro estudio analizó la calidad del servicio de logística y la satisfacción del cliente en las relaciones B2B2. Encontraron que diferentes dimensiones de la calidad del servicio de logística pueden combinarse de diversas maneras para lograr altos niveles de satisfacción del cliente (Gaudenzi et al., 2020).

Un estudio publicado en MDPI encontró que la calidad del servicio de logística, y principalmente la calidad de la entrega, tiene un impacto estadísticamente significativo en la satisfacción del cliente (Choi et al., 2019).

4.4. RESULTADOS OBJETIVO ESPECÍFICO 03

Establecer la relación entre la calidad de los productos importados y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023.

4.4.1. CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA 03

H0: No existe relación significativa entre la calidad de los productos importados y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023.

H1: Existe relación significativa entre la calidad de los productos importados y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023.

- Si el valor p calculado ≥ 0.05 , se acepta la H0. Pero, si el valor p calculado < 0.05 , se acepta H1.
- Estadístico aplicado: R de Pearson.

Tabla 19: Relación entre la calidad de los productos importados y la satisfacción de los clientes

		Calidad de los productos importados	Satisfacción de los clientes
Calidad de los productos importados	Correlación de Pearson	1	,613**
	Sig. (bilateral)		0,000
	N	91	91
Satisfacción de los clientes	Correlación de Pearson	,613**	1
	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	91	91

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

En la Tabla 19, se presenta el análisis de la relación entre la calidad de los productos importados y la satisfacción de los clientes en la Agencia de Aduana Interamericana S.A. en Puno durante el año 2023. El estadístico aplicado es la correlación de Pearson. Los resultados indican una correlación significativa (0,613**) entre la calidad de los productos importados y la satisfacción de los clientes, con un valor p de 0,000. Al ser el valor p menor que 0,05, se rechaza la hipótesis nula (H0), confirmando la hipótesis alternativa (H1). Este hallazgo sugiere que existe una relación positiva y significativa entre la calidad de los productos importados y la satisfacción de los clientes, destacando la importancia de ofrecer productos de alta calidad para mejorar la experiencia del cliente en la agencia. Un estudio publicado en el Journal of Retailing and Consumer Services examinó la relación entre la calidad del producto y la lealtad del cliente. Los resultados mostraron que la calidad del producto tiene un impacto significativo en la lealtad del cliente. Los clientes tienden a ser leales a las marcas que ofrecen productos de alta calidad. Este hallazgo

respalda el resultado de que la calidad de los productos importados está positivamente relacionada con la satisfacción de los clientes (Silva-Treviño et al., 2021).

Otro estudio publicado en el International Journal of Information Management examinó la relación entre la calidad del producto y la satisfacción del cliente en el contexto del comercio electrónico. Los resultados mostraron que la calidad del producto es un predictor significativo de la satisfacción del cliente. Los clientes que perciben que los productos son de alta calidad tienden a estar más satisfechos. Este hallazgo también respalda el resultado de que existe una relación positiva y significativa entre la calidad de los productos importados y la satisfacción de los clientes (Cano et al., 2018).

4.5. RESULTADOS OBJETIVO ESPECÍFICO 04

Establecer la relación entre el índice de eficiencia y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023.

4.5.1. CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA 04

H0: No existe relación significativa entre el índice de eficiencia y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023.

H1: Existe relación significativa entre el índice de eficiencia y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023.

- Si el valor p calculado ≥ 0.05 , se acepta la H_0 . Pero, si el valor p calculado < 0.05 , se acepta H_1 .
- Estadístico aplicado: R de Pearson.

Tabla 20: Relación entre el índice de eficiencia y la satisfacción de los clientes

		Índice de eficiencia	Satisfacción de los clientes
Índice de eficiencia	Correlación de Pearson	1	,739**
	Sig. (bilateral)		0,000
	N	91	91
Satisfacción de los clientes	Correlación de Pearson	,739**	1
	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	91	91

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

La Tabla 20 presenta los resultados del análisis de la relación entre el índice de eficiencia y la satisfacción de los clientes en la Agencia de Aduana Interamericana S.A. en Puno durante el año 2023, utilizando el estadístico de correlación de Pearson. Los resultados revelan una correlación significativa (0,739**) entre el índice de eficiencia y la satisfacción de los clientes, con un valor p de 0,000. Dado que el valor p es menor que 0,05, se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alternativa (H1). Estos hallazgos sugieren que existe una relación positiva y significativa entre el índice de eficiencia y la satisfacción de los clientes, resaltando la importancia de la eficiencia operativa para mejorar la experiencia del cliente en la agencia.

Un estudio analizó la satisfacción del cliente, la calidad del producto y el rendimiento de las empresas. En este estudio, se definió la satisfacción del cliente como la satisfacción del cliente con un producto y el rendimiento empresarial como la capacidad para generar beneficios (Zárraga-Cano et al., 2018).

Un estudio de IIARD informó que cada cliente satisfecho cuenta a nueve o diez personas sobre las experiencias felices y el 13% de los clientes insatisfechos cuentan a más de veinte personas sobre lo malo que fueron la empresa/producto (Michael & David, 2019).

4.6. RESULTADOS OBJETIVO GENERAL

Determinar la relación entre el proceso operativo de importación y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023.

4.6.1. CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS GENERAL

H0: No existe relación significativa entre el proceso operativo de importación y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023.

H1: Existe relación significativa entre el proceso operativo de importación y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023.

- Si el valor p calculado ≥ 0.05 , se acepta la H0. Pero, si el valor p calculado < 0.05 , se acepta H1.
- Estadístico aplicado: R de Pearson.

Tabla 21: Relación entre el proceso operativo de importación y la satisfacción de los clientes.

		Proceso operativo de importación	Satisfacción de los clientes
Proceso operativo de importación	Correlación de Pearson	1	,817**
	Sig. (bilateral)		0,000
	N	91	91
Satisfacción de los clientes	Correlación de Pearson	,817**	1
	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	91	91

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

En la tabla 21 se observa mediante el análisis estadístico realizado para contrastar la hipótesis general revela resultados significativos de la relación entre el proceso operativo de importación y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. en Puno durante el año 2023. Con un valor de correlación de Pearson de 0,817 y un nivel de significancia de 0,000, se rechaza la hipótesis nula, confirmando la existencia de una relación significativa entre ambos factores. Este hallazgo sugiere que mejoras en el proceso operativo de importación están asociadas positivamente con un mayor nivel de satisfacción de los clientes, indicando la importancia de la eficiencia en dichos procesos para fortalecer la experiencia del cliente en la agencia.

4.7. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

El presente estudio tuvo como objetivo “Determinar la relación entre el proceso operativo de importación y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023. Donde los resultados revelan una relación positiva significativa entre el proceso operativo de importación y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. en Puno durante el año 2023. Con un valor de correlación de Pearson de 0,817 y un nivel de significancia de 0,000.

Estos resultados son similares a los obtenidos por Loarte (2019), que en sus resultados encontró la existencia de una relación entre el proceso de servicio buffet, los elementos de entrada, transformación y salidas, y la satisfacción del cliente en el área de alimentos y bebidas.

Asimismo, los resultados de Arbulu (2023), quien encontró una correlación positiva y moderada entre la satisfacción del cliente y las dimensiones asociadas con la recepción y entrega de documentos, así como el despacho de mercancías.

También, los resultados de Felix (2021), quien encontró una correlación positiva significativa (ρ de Spearman = 0.632, $p=0.003$) entre el proceso operativo y la calidad del servicio.

Finalmente, con los resultados de Morales (2021), quien en sus resultados puso de manifiesto una relación extremadamente alta y positiva entre el proceso de importación y la satisfacción de los clientes (ρ de Spearman = 0.949, $p = 0.000$).

CONCLUSIONES

PRIMERA. Los resultados obtenidos respecto al objetivo general mediante la prueba de correlación de Pearson respaldan de manera contundente la existencia de una relación significativa y positiva (0,817**), entre el proceso operativo de importación y la satisfacción de los clientes en la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Este hallazgo apunta a la importancia crítica de la eficiencia en los procesos de importación para alcanzar niveles más altos de satisfacción entre los clientes de la agencia. Sugiere que mejoras en la optimización de los procedimientos operativos están directamente vinculadas a una experiencia positiva y satisfactoria para los clientes.

SEGUNDA. En relación al primer objetivo específico muestra una correlación significativa (0,734**) entre la gestión aduanera y la satisfacción de los clientes, destaca la relevancia crucial de una gestión aduanera eficiente para lograr niveles más altos de satisfacción entre los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Esto implica que el manejo eficaz y ágil de los trámites aduaneros contribuye significativamente a la percepción positiva de los clientes sobre los servicios proporcionados por la agencia.

TERCERA. En relación al primer segundo específico se muestra una correlación significativa (0,752**) entre la logística y la satisfacción de los clientes. Este resultado destaca la importancia estratégica de la eficiencia en los procesos logísticos para garantizar una experiencia positiva del cliente en la Agencia de Aduana Interamericana S.A. La gestión efectiva del almacenamiento, transporte y distribución de mercancías se traduce directamente en niveles más altos de satisfacción entre los clientes.

CUARTA. En relación al primer tercer específico de acuerdo los resultados indican una correlación significativa (0,613**) entre la calidad de los productos importados y la satisfacción de los clientes. Este hallazgo subraya la importancia crítica de mantener altos estándares de calidad en los productos que gestiona la agencia. La percepción positiva de los clientes sobre la calidad de los productos importados se traduce directamente en mayores niveles de satisfacción.

QUINTA. En relación al cuarto objetivo específico los resultados muestran una correlación significativa (0,739**) entre el índice de eficiencia y la satisfacción de los clientes. Este resultado resalta la importancia de la eficiencia operativa en general para mejorar la experiencia del cliente en la Agencia de Aduana Interamericana S.A. La implementación eficaz de procesos internos optimizados y tecnologías emergentes contribuye a una operación más eficiente y, por ende, a una mayor satisfacción del cliente.

RECOMENDACIONES

PRIMERA. En relación al objetivo general, a la Agencia de Aduana Interamericana S.A., se sugiere implementar medidas específicas para optimizar y agilizar los procesos operativos de importación, considerando la retroalimentación de los clientes para identificar áreas de mejora. Además, se debe mantener un monitoreo constante de la eficiencia operativa y realizar ajustes según sea necesario para asegurar una experiencia positiva y satisfactoria para los clientes.

SEGUNDA. En relación al primer objetivo específico de la Agencia de Aduana Interamericana S.A., para fortalecer los procesos de gestión aduanera, se recomienda la implementación de tecnologías y prácticas innovadoras. Además, la capacitación continua del personal en las últimas regulaciones y tecnologías aduaneras contribuirá a garantizar un manejo óptimo de los trámites aduaneros.

TERCERA. En relación al segundo objetivo específico de la Agencia de Aduana Interamericana S.A., para mejorar la gestión logística, se sugiere invertir en sistemas logísticos avanzados que faciliten el monitoreo en tiempo real de los envíos y permitan una mayor visibilidad para los clientes. La transparencia en los procesos logísticos puede mejorar significativamente la satisfacción del cliente.

CUARTA. En relación al tercer objetivo específico de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. es crucial mantener un estricto control de calidad en los productos importados. Se recomienda colaborar estrechamente con proveedores confiables y

establecer políticas de devolución claras. Garantizar la calidad de los productos contribuirá positivamente a la satisfacción del cliente.

QUINTA. En relación al cuarto objetivo específico a la Agencia de Aduana Interamericana S.A., continuar implementando medidas para mejorar la eficiencia operativa es esencial. Esto incluye la optimización de procesos internos y la adopción de tecnologías que faciliten la gestión eficiente de la agencia. La monitorización constante del índice de eficiencia permitirá identificar áreas de mejora continua.

BIBLIOGRAFÍA

- Aduanas España. (s. f.). *Agencia Tributaria: Aduanas*.
https://sede.agenciatributaria.gob.es/Sede/aduanas_.html
- Arbulu, A. G. (2023). *Gestión operativa de los procesos de importación exportación y satisfacción de los clientes de UPS Aduanas Peru SAC, 2022* [Tesis, Universidad San Martín de Porres].
https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/12393/arbulu_sag.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Armestar, G. C., & Machuca, P. B. V. (2008). *ANÁLISIS Y DISEÑO DE SISTEMA DE GESTIÓN DE OPERACIONES ADUANERAS PARA UNA AGENCIA DE ADUANAS* [Tesis, Pontificia Universidad Católica del Perú].
https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/1047/ARMESTAR_URBINA_GRETA_GESTION_OPERACIONES_ADUANERAS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2013). *Fundamentos de marketing* (11.^a ed.). PEARSON EDUCACIÓN.
https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf
- Asana. (2022). *El proceso de desarrollo de productos en 6 etapas (incluye ejemplos)* [2022]. <https://asana.com/es/resources/product-development-process>
- Banco Santander. (2022). *¿Qué es la importación y qué tipos hay?* Banco Santander.
<https://www.bancosantander.es/glosario/importacion>
- Bravo, J. (2011). *Gestión de Procesos. Alienados con la estrategia* (4.^a ed.). Editorial Evolución S.A.
https://www.academia.edu/8599803/Gesti%C3%B3n_de_Procesos_Alineados_con_la_estrategia

- Cano, L. Z., Morejón, V. M. M., & Sandoval, E. C. (2018). *La satisfacción del cliente basada en la calidad del servicio a través de la eficiencia del personal y eficiencia del servicio: Un estudio empírico de la industria restaurantera*. 7.
- Carrasco, S. (2005). *Metodología de la Investigación Científica* (1.^a ed.). Editorial San Marcos.
- Chino, M. E. (2019). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente de la empresa comercial Agro Veterinaria Virgen de Copacabana de la Provincia de Yunguyo, Puno, 2019* [Tesis, Universidad Peruana Unión].
https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/2754/Michael_Tesis_Licenciatura_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Choi, D., Chung, C. Y., & Young, J. (2019). Sustainable Online Shopping Logistics for Customer Satisfaction and Repeat Purchasing Behavior: Evidence from China. *Sustainability*, 11(20), Article 20. <https://doi.org/10.3390/su11205626>
- ComexPerú. (2018). *ComexPerú—Sociedad de Comercio Exterior del Perú*.
<https://www.comexperu.org.pe/articulo/eficiencia-logistica-el-peru-cae>
- Cruz, M. B. M., Zamora, P. A. C., Flores, M. L. R., Hermida, L. X. T., & Gavilánez, L. S. F. (2021). La calidad de los servicios y la satisfacción del cliente, estrategias del marketing digital. Caso de estudio hacienda turística rancho los emilio's. Alausí. *Dominio de las Ciencias*, 7(4), Article 4. <https://doi.org/10.23857/dc.v7i4.2179>
- Decreto Legislativo N° 1053. (2008). *LEY GENERAL DE ADUANAS*.
<https://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/normasadua/gja-03normasoc.htm>
- DECRETO SUPREMO N° 010-2009-EF. (2009). *REGLAMENTO DE LA LEY GENERAL DE ADUANAS*.
<https://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/normasadua/normasociada/gja-00.04.htm>
- Dos Santos, M. A. (2016). *Calidad y satisfacción: El caso de la Universidad de Jaén*.

Revista de la Educación Superior, 45(178), 79-95.

<https://doi.org/10.1016/j.resu.2016.02.005>

Estuco, Y. M. (2019). *Calidad de servicio y su relación con el grado de satisfacción del cliente en el área de caja en Industrias Alimentarias Negolatina S.C.R. ITDA. de la ciudad de Puno, Periodo 2019* [Tesis, Universidad Privada San Carlos].
[file:///C:/Users/PC/Downloads/Yessica_Mariela_ESTUCO_HUALLPA%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/PC/Downloads/Yessica_Mariela_ESTUCO_HUALLPA%20(1).pdf)

Felix, N. C. (2021). *Proceso operativo y calidad de servicio a los importadores y exportadores de la empresa E.F.V. Agentes de Aduana S.A.C., 2020* [Tesis, Universidad Cesar Vallejo].
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/68080/Felix_ANC-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Gaudenzi, B., Confente, I., & Russo, I. (2020). Logistics service quality and customer satisfaction in B2B relationships: A qualitative comparative analysis approach. *The TQM Journal*, 33(1), 125-140. <https://doi.org/10.1108/TQM-04-2020-0088>

Grupo Cabeza. (2019, septiembre 27). Clasificación Arancelaria de Mercancías: 6 Reglas. *Grupo Cabeza*.
<https://www.cabeza.com/es/reglas-generales-clasificacion-arancelaria-de-mercancias/>

Grupo El. (2023). *¿Qué es una agencia aduanal?*
<https://blog.grupoel.com.mx/que-es-agencia-aduanal>

Hammond, M. (2022). *Satisfacción del cliente: Qué es, sus elementos y cómo medirla*.
<https://blog.hubspot.es/service/satisfaccion-del-cliente>

Hernández, R., Fernández, L., & Baptista, M. del P. (2006). *Metodología de la investigación* (5.^a ed.). McGraw-Hill.

Hernández, R., Fernández, L., & Baptista, M. del P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.^a ed.). McGraw-Hill.

<https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Methodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>

Hernández, R., & Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de la Investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (1.ª ed.). McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V.

https://www.academia.edu/44551333/METODOLOGIA_DE_LA_INVESTIGACION_3%93N_LAS_RUTAS_CUANTITATIVA_CUALITATIVA_Y_MIXTA

ICCSPAIN. (2023). *INCOTERMS 2020* | ICC Spain.

<https://www.iccspain.org/incoterms-2020-2/>

IFSPerú. (2023). *¿Qué es la Declaración aduanera de mercancías?* - IFS Blog.

<https://www.ifssac.com/blog/que-es-la-declaracion-aduanera-de-mercancias/>

Ilieska, K. (2013). Customer Satisfaction Index – as a Base for Strategic Marketing Management. *Magazine TEM Journal*, 4.

<http://www.temjournal.com/documents/vol2no4/Customer%20Satisfaction%20Index%20%E2%80%93%20as%20a%20Base%20for%20Strategic%20Marketing%20Management.pdf>

Khadka, K., & Maharjan, S. (2017). CUSTOMER SATISFACTION AND CUSTOMER LOYALTY Case Trivsel Städtjänster (Trivsel siivouspalvelut). *Centria University of Applied Sciences Pietarsaari*. <https://core.ac.uk/download/pdf/161421179.pdf>

Kotler, P. (2001). *Dirección de Mercadotecnia: Análisis, Planeación, Implementación y Control* (8.ª ed.). PEARSON EDUCACIÓN.

https://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/bitstream/handle/123456789/403/Kotler_Direccion_de_mercadotecnia.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Kotler, P., & Lane, K. (2006). *Dirección de Marketing* (12.ª ed.). PEARSON EDUCACIÓN.

https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14585/mod_resource/content/1/libro%20dir

ccion-de-marketing%28kotler-keller_2006%29.pdf

- Lin, X., Mamun, A. A., Yang, Q., & Masukujjaman, M. (2023). Examining the effect of logistics service quality on customer satisfaction and re-use intention. *PLOS ONE*, 18(5), 1-24. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0286382>
- Loarte, C. A. (2019). *Proceso de servicio buffet y la satisfacción de clientes en el área de alimentos y bebidas en cuatro hoteles tres estrellas de la Cadena Ferre del 2017* [Tesis, Universidad Ricardo Palma]. https://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14138/2102/TUR_T030_45326306_T%20Loarte%20Pachao%2c%20Carlos%20Alexander.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Mallar, M. Á. (2010). *LA GESTIÓN POR PROCESOS: UN ENFOQUE DE GESTIÓN EFICIENTE*. 13(1). <https://www.redalyc.org/pdf/3579/357935475004.pdf>
- Michael, N., & David, M. (2019). *Product Quality and Consumer Brand Loyalty: A Study of Manufacturing Firms*. 4.
- Morales, N. A. (2021). *Relación del Proceso de Importación para incrementar la Satisfacción de los Clientes de la Agencia Blog Aduanas S.A.C, Callao 2020* [Tesis, Universidad Cesar Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/68129/Morales_HNA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Niño, V. M. (2019). *Metodología de la investigación* (2.ª ed.). Ediciones de la U.
- Organización Mundial del Comercio. (s. f.). *Los principios del sistema de comercio*. https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/fact2_s.htm
- Organización Mundial del Comercio. (s. f.). *OMC | Valoración en aduana—Información técnica*. https://www.wto.org/spanish/tratop_s/cusval_s/cusval_info_s.htm
- Ospina, A. (2020, julio 24). *Qué son las métricas de marketing y cuáles miden el éxito*. Blog de Inbound Marketing y Ventas | RD Station.

- <https://www.rdstation.com/blog/es/fidelizacion-del-cliente/>
- Passu, L. (2023). *Conceptos de calidad: Todo lo que usted necesita saber*.
<https://www.paripassu.com.br/es/blog/conceptos-de-calidad>
- Pavon, D. (2018, abril 28). Productos y servicios vs. Productos y servicios digitales. *El Blog de Jaime*.
<http://blog.jescoto.com/clases/productos-y-servicios-vs-productos-y-servicios-digitales/>
- Peirats, F., & Ninot, P. (2015). *Gestión administrativa del Comercio Internacional*. (2.^a ed.). Marcombo S.A.
- Pelayo-Maciel, J., Ortiz-Villavelazquez, N. V., Pelayo-Maciel, J., & Ortiz-Villavelazquez, N. V. (2019). La satisfacción en las empresas de logística internacional en Jalisco. *Investigación administrativa*, 48(123), 0-0.
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2448-76782019000100003&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Pico, G. (2006). El mapa de procesos: Elemento fundamental de un sistema de gestión de calidad para empresas de servicios en Venezuela. *Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura*, XII(2), 291-309.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36412216>
- Quezada, L. (2015). *Metodología de la investigación*. Editorial Macro.
- Quituzaca, F. A. (2021). *Procesos administrativos aduaneros y la satisfacción de los importadores* [Tesis, Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil].
http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/2827/simple-search?query=&sort_by=score&order=desc&rpp=10&filter_field_1=author&filter_type_1>equals&filter_value_1=Quituzaca+Lucero%2C+Fernando+Alex&filter_field_2=dateIssued&filter_type_2>equals&filter_value_2=2021&etal=0&filtername=subject&filterquery=Informaci%C3%B3n&filtertype>equals

- Rodríguez, R. R. (2022). *Influencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los clientes de una empresa mayorista de computadoras, Puno 2021* [Tesis, Universidad Alas Peruanas]. https://repositorio.uap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12990/10482/Tesis_calidad.Servicio_Satisfacci%C3%B3n.Clientes_EmpresaMayorista_Computadoras_Puno.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rosas, R. (2009). *Manual de importación y exportación—TLC 's': : Procedimientos, tributos y reformas aduaneros* (1.ª ed.). Entrelíneas S.R. Ltda.
- Sanchez, H., & Reyes, C. (2015). *METODOLOGÍA Y DISEÑOS EN LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA* (5.ª ed.). Business Support Aneth SRL.
- Sánchez, M. A. (2018). *Metodología de la Investigación. Un enfoque práctico* (1.ª ed.). Delegación Iztapalapa.
- Schneider, D. (2020). *La importancia de los incoterms | RTS International*. <https://www.rtsinternational.com/es/article/la-importancia-de-los-incoterms>
- SICE. (2023). *SICE - Recursos*. http://www.sice.oas.org/Resources_s.asp
- Silva-Treviño, J. G., Macías-Hernández, B. A., Tello-Leal, E., & Delgado-Rivas, J. G. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: Un estudio de caso de una empresa comercial en México. *CienciaUAT*, 85-101. <https://doi.org/10.29059/cienciauat.v15i2.1369>
- Sosa, R. (2001). *Principios y Fundamentos del Comercio Global Internacional* (1.ª ed.). Grupo Vanchri.
- SUNAT. (2022). *Procedimientos—IMPORTACION DEFINITIVA*. <https://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/importacion/importac/procEspecif/inta-pe-01-17.htm>
- SUNAT. (2023). *Despacho—Procedimientos Asociados*. <https://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/exportacion/exportac/pro>

cGeneral/despa-pg.02.htm

Thompson, I. (2006). La Satisfacción del Cliente. *Revista Unid Edu México*.

<https://www.procase.cl/demos/tmk/docs/Satisfacci%C3%B3n%20al%20Cliente.pdf>

TIBA. (2012, septiembre 17). *Cómo importar—Guía rápida de importaciones* | TIBA. TIBA España.

<https://www.tibagroup.com/es/que-es-y-como-importar-guia-rapida-de-importaciones/>

UNIR. (2023). *El agente de aduanas: Funciones y requisitos para serlo*.

<https://www.unir.net/derecho/revista/agente-aduanas/>

Zagal, R. (2009). *Operativa de comercio exterior y regímenes aduaneros*. Editorial San Marcos E.I.R.L.

Zárraga-Cano, L., Molina-Morejón, V., & Corona-Sandoval, E. (2018). La satisfacción del cliente basada en la calidad del servicio a través de la eficiencia del personal y eficiencia del servicio: Un estudio empírico de la industria restaurantera. *RECAI Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática*, 7(18), Article 18.

<https://recai.uaemex.mx/article/view/9268>

ANEXOS

Anexo 01: Matriz de consistencia

TÍTULO: PROCESO OPERATIVO DE IMPORTACIÓN Y SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA AGENCIA DE ADUANA INTERAMERICANA S.A. PUNO, 2023.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<p>GENERAL ¿Cuál es la relación entre la gestión aduanera y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. en Puno durante el año 2023?</p> <p>ESPECÍFICOS ¿Cuál es la relación entre la logística y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. en Puno durante el año 2023?</p>	<p>GENERAL Determinar la relación entre el proceso operativo de importación y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. en Puno, 2023.</p> <p>ESPECÍFICOS Establecer la relación entre la gestión aduanera y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. en Puno, 2023.</p>	<p>GENERAL Existe la relación significativa entre el proceso operativo de importación y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. en Puno, 2023.</p> <p>ESPECÍFICOS Existe la relación significativa entre la gestión aduanera y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. en Puno, 2023.</p>	<p>V.I. Proceso de importación</p>	<p>Gestión Aduanera</p> <p>Logística</p> <p>Calidad de los productos importados</p> <p>Índice de Eficiencia</p> <p>Cumplimiento de las expectativas de servicio</p> <p>Expectativa</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Precisión en trámites aduaneros • Cumplimiento de tiempos en trámites aduaneros • Tiempo de entrega de los productos importados • Estado de los productos al recibirlos • Calidad y conformidad de los bienes • Cumplimiento de estándares de calidad y normas • Costos adicionales inesperados • Agilidad en tiempos de entrega • Cumplimiento de las expectativas de servicio • Conformidad con la 	<p>ENFOQUE: Cuantitativo</p> <p>TIPO: Básico</p> <p>ALCANCE: Correlacional</p> <p>MÉTODO: Descriptivo - correlacional</p> <p>DISEÑO: No experimental - transversal</p> <p>POBLACIÓN: 118 clientes promedio mensuales de la agencia 2023</p> <p>MUESTRA: 91 clientes de la agencia</p> <p>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN: TOS DE RECOLECCIÓN</p>

<p>¿Cuál es la relación entre la calidad de los productos importados y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023.</p>	<p>Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023. Existe relación significativa entre la calidad de los productos importados y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023.</p>	<p>los clientes</p>
<p>¿Cuál es la relación entre el índice de eficiencia y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023.</p>	<p>Establecer la relación entre la calidad de los productos importados y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023. Existe relación significativa entre el índice de eficiencia y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023.</p>	<p>Experiencia en la Interacción</p>
<p>¿Cuál es la relación entre el índice de eficiencia y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023.</p>	<p>Establecer la relación entre el índice de eficiencia y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023. Existe relación significativa entre el índice de eficiencia y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023.</p>	<p>Fiabilidad y Cumplimiento</p>
<p>¿Cuál es la relación entre el índice de eficiencia y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023.</p>	<p>Establecer la relación entre el índice de eficiencia y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023. Existe relación significativa entre el índice de eficiencia y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023.</p>	<p>Valor Percibido y Satisfacción Global</p>
<p>¿Cuál es la relación entre el índice de eficiencia y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023.</p>	<p>Establecer la relación entre el índice de eficiencia y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023. Existe relación significativa entre el índice de eficiencia y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno, 2023.</p>	<p>Valor Percibido y Satisfacción Global</p>

ÓN DE DATOS

Encuesta

Cuestionario

TECNICAS

DE ANALISIS

DE DATOS

Estadísticos

descriptivos

Estadísticos

inferenciales

calidad del servicio recibido

Calidad de la atención al cliente

Eficacia en la resolución de consultas o problemas

Cumplimiento de plazos y tiempos de entrega

Fiabilidad en la gestión de importaciones

Relación calidad-precio percibida

Satisfacción general con la Agencia de Aduana Interamericana S.A.

Anexo 02: Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD PRIVADA SAN CARLOS
FACULTAD DE CIENCIAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

CUESTIONARIO

Estimado/a participante:

El propósito de este cuestionario es recopilar datos para “Determinar la relación entre el proceso operativo de importación y la satisfacción de los clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A., 2023”. La información proporcionada es totalmente anónima, por lo que se solicita responder con honestidad y seriedad, marcando con una "X" la alternativa que se considere apropiada.

VARIABLE INDEPENDIENTE: PROCESO OPERATIVO DE IMPORTACIÓN

DIMENSIÓN 01: Gestión Aduanera

1.- ¿Cómo calificaría la precisión y la exactitud en la preparación de la documentación aduanera por parte de la Agencia de Aduana Interamericana S.A.?

- 1) Muy insatisfecho
- 2) Insatisfecho
- 3) Neutral
- 4) Satisfecho
- 5) Muy satisfecho

2.- ¿En qué medida considera que la agencia cumple con los plazos establecidos en los trámites aduaneros?

- 1) Muy insatisfecho
- 2) Insatisfecho
- 3) Neutral
- 4) Satisfecho
- 5) Muy satisfecho

DIMENSION 02: Logística

3. ¿Cómo evaluaría la puntualidad en la entrega de los productos importados por la Agencia de Aduana Interamericana S.A.?

- 1) Muy insatisfecho
- 2) Insatisfecho
- 3) Neutral
- 4) Satisfecho
- 5) Muy satisfecho

4.- ¿Qué tan satisfecho está con la condición en la que llegan los productos importados?

- 1) Muy insatisfecho
- 2) Insatisfecho
- 3) Neutral
- 4) Satisfecho
- 5) Muy satisfecho

DIMENSION 03: Calidad de los productos importados

5.- En su experiencia, ¿cómo calificaría la calidad de los productos importados en comparación con sus expectativas?

- 1) Muy insatisfecho

- 2) Insatisfecho
- 3) Neutral
- 4) Satisfecho
- 5) Muy satisfecho

6.- ¿En qué medida cree que los productos importados cumplen con las normas y estándares de calidad?

- 1) Muy insatisfecho
- 2) Insatisfecho
- 3) Neutral
- 4) Satisfecho
- 5) Muy satisfecho

DIMENSION 04: Índice de eficiencia

7.- ¿En qué medida ha experimentado costos inesperados durante el proceso de importación?

- 1) Muy insatisfecho
- 2) Insatisfecho
- 3) Neutral
- 4) Satisfecho
- 5) Muy satisfecho

8.- ¿Cómo calificaría la agilidad en los tiempos de entrega acordados para los productos importados?

- 1) Muy insatisfecho
- 2) Insatisfecho
- 3) Neutral
- 4) Satisfecho
- 5) Muy satisfecho

VARIABLE DEPENDIENTE: SATISFACCION DE LOS CLIENTES

DIMENSIÓN 01: Cumplimiento de Expectativas

9.- ¿En qué medida los servicios de agenciamiento brindados por la Agencia de Aduana Interamericana S.A. cumplen con sus expectativas?

- 1) Muy insatisfecho
- 2) Insatisfecho
- 3) Neutral
- 4) Satisfecho
- 5) Muy satisfecho

10.- ¿Qué tan satisfecho está con la calidad de los servicios de agenciamiento ofrecidos por la Agencia de Aduana Interamericana S.A. en comparación con lo esperado?

- 1) Muy insatisfecho
- 2) Insatisfecho
- 3) Neutral
- 4) Satisfecho
- 5) Muy satisfecho

DIMENSION 02: Experiencia en la Interacción

11.- ¿Cómo calificaría la calidad de la atención al cliente que ha recibido por parte de la Agencia de Aduana Interamericana S.A.?

- 1) Muy insatisfecho

- 2) Insatisfecho
- 3) Neutral
- 4) Satisfecho
- 5) Muy satisfecho

12.- En su experiencia, ¿en qué medida la agencia resuelve sus consultas o problemas de manera efectiva?

- 1) Muy insatisfecho
- 2) Insatisfecho
- 3) Neutral
- 4) Satisfecho
- 5) Muy satisfecho

DIMENSION 03: Fiabilidad y Cumplimiento:

13.- ¿Cómo evaluaría la puntualidad en la entrega de servicios o productos por parte de la Agencia de Aduana Interamericana S.A.?

- 1) Muy insatisfecho
- 2) Insatisfecho
- 3) Neutral
- 4) Satisfecho
- 5) Muy satisfecho

14.- En su percepción, ¿hasta qué punto la agencia es confiable en el proceso de importación?

- 1) Muy insatisfecho
- 2) Insatisfecho
- 3) Neutral
- 4) Satisfecho
- 5) Muy satisfecho

DIMENSION 04. Valor percibido y satisfacción global:

15.- ¿En qué medida considera que el servicio de agenciamiento ofrecido por la Agencia de Aduana Interamericana S.A. justifica el costo asociado?

- 1) Muy insatisfecho
- 2) Insatisfecho
- 3) Neutral
- 4) Satisfecho
- 5) Muy satisfecho

16.- En general, ¿cómo calificaría su nivel de satisfacción con el servicio de agenciamiento de Agencia de Aduana Interamericana S.A. en Puno durante el año 2023?

- 1) Muy insatisfecho
- 2) Insatisfecho
- 3) Neutral
- 4) Satisfecho
- 5) Muy satisfecho


“GRACIAS POR SU COLABORACION”

Anexo 03: Base de datos

n	VARIABLE INDEPENDIENTE: PROCESO OPERATIVO DE IMPORTACIÓN								VARIABLE DEPENDIENTE: SATISFACCION DE LOS CLIENTES							
	DIMENSION 01: Gestión Aduanera		DIMENSION 02: Logística		DIMENSION 03: Calidad de los productos importados		DIMENSION 04: Índice de eficiencia		DIMENSION 01: Cumplimiento de Expectativas		DIMENSION 02: Experiencia en la Interacción		DIMENSION 03: Fiabilidad y Cumplimiento:		DIMENSION 04: Valor percibido y satisfacción global	
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16
1	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	2	1	1	3	3
2	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	5	4	5	3	5	5	5	3	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5
6	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
8	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
11	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	2	3	3	4	4	4
12	3	2	2	5	5	5	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3
14	4	4	3	4	4	4	5	5	4	3	3	3	3	4	3	3
15	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
16	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3
17	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3
19	3	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3
20	4	4	3	4	4	4	2	3	4	3	4	3	3	3	3	4
21	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
22	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	1	1	2	1	2	1
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
24	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
26	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
27	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2
28	1	1	2	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
31	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
33	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3
34	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
35	5	4	3	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	3	5	5
36	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
38	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	1	3	3	4	4	4
39	4	4	5	4	3	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4
40	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4
41	5	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	3	5	4	5
42	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
43	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	2	2	3	3	3	3
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
45	5	5	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	4	4	5
46	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4
47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
48	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
50	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

51	2	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3
52	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	5	4	5	4	3	4
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
54	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4
55	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3
56	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
57	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3
58	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5
59	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5
60	5	5	5	4	3	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3
61	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4
62	4	3	3	3	4	5	5	3	4	4	3	4	4	4	4	3
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
64	4	4	5	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4
65	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
66	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
67	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4
68	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
69	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4
73	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2
74	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
75	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
76	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
77	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
78	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
80	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4
81	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
82	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
83	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4
84	1	1	1	3	2	1	3	1	1	1	1	2	2	2	3	2
85	1	4	5	4	2	4	4	5	5	3	5	5	5	3	4	5
86	3	4	3	4	4	3	2	2	3	3	3	2	3	4	4	4
87	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
88	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
89	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
90	5	4	4	4	1	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
91	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5

Anexo 04: Ficha de validación de instrumento de recolección de datos

	Manual de Presentación de Proyecto de Investigación e Informe Final	COD. DE DOC. MAN. COD. OF. DI	VERSIÓN: 2.0	PAGINA 1
-----------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------	--------------	-------------

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

1.1 Apellidos y nombres del experto:.....José Eladio Niñez Quiroga.....

1.2 Grado académico:.....Magister Científico.....

1.3 Título de la Investigación:.....Proceso Operativo de Importación y Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduana Interamericana S.A. Puno.....


1.4 Denominación del instrumento:.....Cuestionario.....

INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/ CUANTITATIVOS	Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
		0	1	2	3	4
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.				X	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables medibles.				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de la ciencia y tecnología.				X	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.				X	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.				X	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.				X	
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.				X	
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables				X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del estudio.				X	
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.				X	
SUB TOTAL					30	
TOTAL					30	

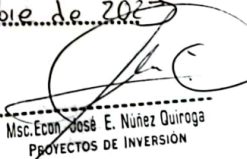
VALORACIÓN

Deficiente ()	Regular ()	Bueno ()	Muy Bueno (X)	Excelente ()
0 - 8	9 - 16	7 - 24	25 - 32	33 - 40

Lugar y fecha:.....14 de diciembre de 2021.....



 Firma del experto


 Msc. Econ. José E. Niñez Quiroga
 PROYECTOS DE INVERSIÓN

Nombre:.....José Eladio Niñez Quiroga.....

DNI:.....01310246.....

REVISADO POR: V"B	APROBADO POR: V"B	FECHA DE APROBACIÓN: 31 de agosto del 2021
----------------------	----------------------	-----------------------------------------------

Prohibida su reproducción sin autorización del Director de la Unidad de Calidad y Acreditación