



UNIVERSIDAD  
**SAN IGNACIO  
DE LOYOLA**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**Carrera de International Business**

**GESTIÓN EMPRESARIAL Y SU INFLUENCIA EN LA  
COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS DE LA  
ASOCIACIÓN DE AGENTES DE ADUANA DEL PERÚ,  
CALLAO, 2018**

**Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en  
International Business**

**FAVIO LUCCIANO BALBIN MONGE  
CARLOS ARTURO BELLIDO HUAMANÍ**

**Asesora:  
Ph.D. Frida Rosa Coaquira Nina**

**Lima - Perú  
2019**

## Índice

Índice.....	2
Índice de tablas .....	4
Índice de figuras .....	6
Título .....	8
Dedicatoria .....	9
Agradecimiento .....	10
INTRODUCCION .....	13
Capítulo I.....	14
1.1 Problema de investigación .....	14
1.1.1 Planteamiento del problema.....	14
1.1.2 Formulación del problema.....	15
1.1.3 Justificación de la investigación.....	16
1.2 Marco referencial .....	17
1.2.1 Antecedentes.....	17
1.2.2 Marco teórico.....	22
1.2.3 Definiciones conceptuales.....	39
1.3 Objetivos e hipótesis .....	41
1.3.1 Objetivos.....	41
1.3.2 Hipótesis.....	42
1.3.3 Modelo propuesto de gestión empresarial y competitividad .....	42
Capítulo II.....	44
2.1 Método de Investigación .....	44
2.1.1 Tipo de investigación.....	44
2.1.2 Diseño de investigación.....	44
2.1.3 Variables.....	45
2.1.4 Población.....	45
2.1.5 Muestra.....	45
2.1.6 Instrumentos de investigación.....	47
2.1.7 Procedimientos de recolección de datos.....	48
Capítulo III.....	49
3.1 Resultados .....	49

3.1.1	Presentación de resultados. ....	49
3.1.2	Prueba de hipótesis. ....	93
3.2	Conclusiones.....	100
3.3	Recomendaciones.....	101
	Referencias bibliográficas .....	102
	Anexos .....	106

## Índice de tablas

Tabla 1 Agentes de aduanas de la muestra de estudio .....	47
Tabla 2 Se logra el cumplimiento de presupuesto de ventas de la empresa .....	49
Tabla 3 La empresa lanza nuevos productos de manera constante .....	50
Tabla 4 La empresa constantemente cuenta con nuevas líneas de negocio .....	51
Tabla 5 La empresa logra obtener clientes nuevos en cada periodo .....	52
Tabla 6 La empresa logra superar el porcentaje de ventas del periodo anterior..	53
Tabla 7 El endeudamiento total de la empresa se encuentra en un grado aceptable.....	54
Tabla 8 La cobertura de intereses de la empresa se logra en su totalidad .....	55
Tabla 9 La rentabilidad patrimonial que logra la empresa es suficiente para su funcionamiento .....	56
Tabla 10 La empresa logra la ejecución presupuestal de sus gastos .....	57
Tabla 11 La empresa cuenta con una buena rotación de cartera .....	58
Tabla 12 La rotación de personal de la empresa es baja.....	60
Tabla 13 El bienestar social de los empleados de la empresa es bueno .....	61
Tabla 14 La capacitación de personal de los empleados de la empresa es constante.....	62
Tabla 15 El ausentismo por accidentes de los empleados de la empresa es mínimo .....	63
Tabla 16 La eficiencia laboral de los empleados es alta .....	64
Tabla 17 Siempre existe disponibilidad para tomar nuevos servicios .....	65
Tabla 18 El rendimiento del servicio se mantiene siempre en un nivel alto .....	66
Tabla 19 La calidad del servicio de la empresa satisface los requerimientos del cliente.....	67
Tabla 20 La empresa cumple la realización del servicio con efectividad .....	68
Tabla 21 El tiempo perdido por máquinas y equipos se mantiene al mínimo.....	69
Tabla 22 La rentabilidad y productividad obtenidas por la empresa son las adecuadas.....	70
Tabla 23 La empresa tiene capacidad para generar utilidades sosteniblemente .	71
Tabla 24 La empresa realiza un uso óptimo de sus recursos .....	72
Tabla 25 Se logra emplear los recursos según lo programado .....	73
Tabla 26 La empresa realiza una planeación y previsión de la calidad.....	74

Tabla 27 El gerente comprende el concepto de costo de la no calidad .....	75
Tabla 28 La empresa implementa la comunicación como estrategia de calidad..	76
Tabla 29 La empresa cuenta con el equipo y las máquinas necesarias para llevar a cabo su labor.....	78
Tabla 30 La empresa gestiona adecuadamente la tecnología que emplea .....	79
Tabla 31 La empresa se encuentra en un camino hacia la autosuficiencia de procesos.....	80
Tabla 32 Los trabajadores cuentan con la experiencia personal necesaria para realizar el trabajo.....	81
Tabla 33 La empresa capacita a sus empleados para hacerlos más eficientes...	82
Tabla 34 La retribución económica se da acorde a la labor que lleva a cabo el personal .....	83
Tabla 35 La empresa actúa con responsabilidad ante los problemas de sus clientes .....	84
Tabla 36 La empresa cuenta con valores éticos que guían sus actividades.....	85
Tabla 37 La empresa implementa la negociación para lograr mantenerse vigente .....	86
Tabla 38 La empresa cuenta con la capacidad para enfrentar la competencia ...	87
Tabla 39 La empresa es responsable con el medio ambiente .....	88
Tabla 40 La empresa lleva a cabo acciones para cuidar el medio ambiente .....	89
Tabla 41 La empresa cumple con las normas técnicas de seguridad.....	90
Tabla 42 La empresa cuenta con conocimientos de la normatividad y el reglamento que regulan sus actividades .....	91
Tabla 43 Prueba de hipótesis general: Rho de Spearman.....	93
Tabla 44 Prueba de hipótesis específica 1: Rho de Spearman.....	94
Tabla 45 Prueba de hipótesis específica 2: Rho de Spearman.....	95
Tabla 46 Prueba de hipótesis específica 3: Rho de Spearman.....	96
Tabla 47 Prueba de hipótesis específica 4: Rho de Spearman.....	97

## Índice de figuras

Figura 1. Fuerzas que impulsan la competencia en la industria.....	29
Figura 2. Factores Determinantes de la competitividad sistémica.....	34
Figura 3. Modelo de gestión empresarial y competitividad según Oyarce y Jorge (2013).....	36
Figura 4. Relación entre gestión empresarial y competitividad a nivel de las empresas.....	37
Figura 5. Modelo propuesto de gestión empresarial y competitividad.....	43
Figura 6. Se logra el cumplimiento de presupuesto de ventas de la empresa. ....	49
Figura 7. La empresa lanza nuevos productos de manera constante. ....	50
Figura 8. La empresa constantemente cuenta con nuevas líneas de negocio. ....	51
Figura 9. La empresa logra obtener clientes nuevos en cada periodo. ....	52
Figura 10. La empresa logra superar el porcentaje de ventas del periodo anterior. ....	53
Figura 11. El endeudamiento total de la empresa se encuentra en un grado aceptable.....	55
Figura 12. La cobertura de intereses de la empresa se logra en su totalidad. ....	56
Figura 13. La rentabilidad patrimonial que logra la empresa es suficiente para su funcionamiento. ....	57
Figura 14. La empresa logra la ejecución presupuestal de sus gastos. ....	58
Figura 15. La empresa cuenta con una buena rotación de cartera. ....	59
Figura 16. La rotación de personal de la empresa es baja.....	60
Figura 17. El bienestar social de los empleados de la empresa es bueno. ....	61
Figura 18. La capacitación de personal de los empleados de la empresa es constante.....	62
Figura 19. El ausentismo por accidentes de los empleados de la empresa es mínimo. ....	63
Figura 20. La eficiencia laboral de los empleados es alta. ....	64
Figura 21. Siempre existe disponibilidad para tomar nuevos servicios. ....	65
Figura 22. El rendimiento del servicio se mantiene siempre en un nivel alto. ....	66
Figura 23. La calidad del servicio de la empresa satisface los requerimientos del cliente.....	67
Figura 24. La empresa cumple la realización del servicio con efectividad. ....	68

Figura 25. El tiempo perdido por máquinas y equipos se mantiene al mínimo.....	69
Figura 26. La rentabilidad y productividad obtenidas por la empresa son las adecuadas.....	71
Figura 27. La empresa tiene capacidad para generar utilidades sosteniblemente. ....	72
Figura 28. La empresa realiza un uso óptimo de sus recursos. ....	73
Figura 29. Se logra emplear los recursos según lo programado. ....	74
Figura 30. La empresa realiza una planeación y previsión de la calidad. ....	75
Figura 31. El gerente comprende el concepto de costo de la no calidad. ....	76
Figura 32. La empresa implementa la comunicación como estrategia de calidad.	77
Figura 33. La empresa cuenta con el equipo y las máquinas necesarias para llevar a cabo su labor.....	78
Figura 34. La empresa gestiona adecuadamente la tecnología que emplea. ....	79
Figura 35. La empresa se encuentra en un camino hacia la autosuficiencia de procesos.....	80
Figura 36. Los trabajadores cuentan con la experiencia personal necesaria para realizar el trabajo.....	81
Figura 37. La empresa capacita a sus empleados para hacerlos más eficientes.	82
Figura 38. La retribución económica se da acorde a la labor que lleva a cabo el personal.....	83
Figura 39. La empresa actúa con responsabilidad ante los problemas de sus clientes. ....	85
Figura 40. La empresa cuenta con valores éticos que guían sus actividades.....	86
Figura 41. La empresa implementa la negociación para lograr mantenerse vigente.....	87
Figura 42. La empresa cuenta con la capacidad para enfrentar la competencia.	88
Figura 43. La empresa es responsable con el medio ambiente. ....	89
Figura 44. La empresa lleva a cabo acciones para cuidar el medio ambiente. ....	90
Figura 45. La empresa cumple con las normas técnicas de seguridad.....	91
Figura 46. La empresa cuenta con conocimientos de la normatividad y el reglamento que regulan sus actividades. ....	92

## **Título**

**Gestión empresarial y su influencia en la competitividad de las empresas de la Asociación de Agencias Aduaneras del Perú, Callao, 2018**

## **Dedicatoria**

Queremos dedicar esta investigación a nuestro señor Dios y a nuestros padres que con su apoyo nos ayudaron a alcanzar nuestro sueño profesional.

## **Agradecimiento**

Queremos expresar nuestro profundo agradecimiento a nuestros padres porque se esforzaron día a día para darnos lo mejor, a los profesores que nos asesoraron y a las personas que nos apoyaron para poder culminar el presente trabajo de investigación.

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado “Gestión empresarial y su influencia en la competitividad de las empresas de la Asociación de Agentes de aduana del Perú, Callao, 2018”; se llevó a cabo con el objetivo general de determinar la influencia de la gestión empresarial en la competitividad en las empresas de la asociación de agentes del Perú, Callao, 2018. El trabajo de investigación contiene información de diversos autores tanto a nivel nacional e internacional, respaldando el objetivo del estudio, comprendiendo la teoría de Gestión Empresarial y Competitividad. En la investigación se utilizó el enfoque cuantitativo, diseño no experimental – transversal, siendo la muestra de 23 empresas de la asociación de agentes de aduana del Perú, por lo que se encuestó a 23 personas encargadas en la toma de decisiones. Se aplicó la técnica de la encuesta en la recolección de datos a través de un cuestionario con respuestas cerradas en escala de Likert. La validez del instrumento se empleó el juicio de expertos y la confiabilidad fue mediante el alfa de Crombach. Al finalizar el trabajo de investigación se llegó a la conclusión que Gestión empresarial influye en la competitividad en las empresas de la asociación de agentes de aduana del Perú, Callao, 2018.

Palabras clave:

Gestión empresarial, Competitividad, Agentes de aduana.

## **ABSTRACT**

The present research work entitled "Business management and its influence on the competitiveness of companies of association of customs Agents of Peru, Callao, 2018"; The general objective is to determine the influence of business management on the competitiveness of companies of association of customs Agents of Peru, Callao, 2018. The research work contains information from various authors both nationally and internationally, supporting the objective of the study, understanding the theory of Business Management and Competitiveness. In the research, the quantitative, non-experimental cross-sectional approach was used, with the sample of 23 companies of association of customs Agents of Peru, Callao, 2018, and 23 decision-makers were surveyed. The survey technique was applied in the collection of data through a questionnaire with closed responses on a Likert scale. The validity of the instrument was used in expert judgment and the reliability was through Crombach's alpha. At the end of the research work, it was concluded that business management influences the competitiveness of companies of association of customs Agents of Peru, Callao, 2018

Keywords:

Business management, Competitiveness, Customs' Agent.

## INTRODUCCION

Actualmente el panorama empresarial competitivo del Perú presenta resultados positivos, es así que en agosto del 2018 el Perú registró un superávit comercial de solo US\$173 millones, según datos del Banco Central de Reserva (BCR). El resultado se dio en medio de la disputa comercial entre Estados Unidos y China, los cuales son nuestros principales socios comerciales. Ante esto cabe mencionar que actualmente el Perú cuenta con 21 acuerdos comerciales vigentes, el Perú tuvo su segundo año de crecimiento consecutivo de intercambios comerciales, que sumaron US\$ 91,000 millones en el 2018, según la Cámara de Comercio de Lima (CCL). Para el presente año, se estima que entraran en vigencia tres acuerdos comerciales en el Perú, el cual podría cambiar la situación actual de los importadores y exportadores y, en general, de los empresarios peruanos.

Es así, que ante un panorama en cual se refleja que el comercio internacional está cada vez más en crecimiento y en constante cambios dados por los acuerdos comerciales, la globalización y el esfuerzo por las entidades del estado por impulsar el comercio interno y externo del país; surge la necesidad de optar por los servicios de las agencias de aduana, que hoy en día no solo cumplen el rol de tramitador, si no también se encargan de apoyar al empresario en temas de orientación, asesoría y seguimiento al proceso de importación y exportación, para que este pueda tener una correcta gestión y así aminorar al máximo los gastos que presentan este procedimiento. Para ello surge la interrogante de que tan preparadas están las agencias de aduana peruanas, y si estas están preparadas para competir en un mercado altamente competitivo.

## Capítulo I

### 1.1 Problema de investigación

#### 1.1.1 Planteamiento del problema.

El agente de aduanas ha cumplido a lo largo del tiempo una función vital en términos de establecimiento de vínculos entre la administración aduanera y los usuarios. En la actualidad, tanto la exportación como la importación generan gran parte de los ingresos del país, por lo tanto, es necesario que las agencias aduaneras, cuenten con una correcta gestión empresarial de modo que estas sean más productivas y eficientes. Bernal (2011) define a un agente aduanero como una persona natural o jurídica, que cuenta con la debida anuencia de aduanas, que interviene frente a las entidades de las cuales es competencia (aduanas, ministerios), a favor de un tercero que accede a sus servicios que le facilita a este, potestad sobre los trámites de importación, exportación o tránsito.

El problema surge al momento de buscar la relación que existe dentro de estas empresas, entre la gestión empresarial y la competitividad que alcanzan, son factores de alta relevancia a considerar por las entidades, ya que, al demostrar la existencia de una relación entre estos factores, se podría observar cuál de ellos cuenta con una mayor relevancia y este obtendría mayor énfasis al interior de la empresa. La Superintendencia Nacional de Administración de Aduanas y Administración Tributaria (2013) señala que el nivel de exportaciones ha ido expandiéndose a lo largo de los años, esto se puede observar ya que la cantidad de tributos aduaneros también crece, y por lo tanto las empresas denominadas agentes de aduanas cada vez son más requeridas, y es necesario que éstas apliquen un sistema de gestión empresarial para lograr una mayor competitividad y un mayor grado de satisfacción del cliente.

La Asociación de Agentes de Aduana del Perú (AAAP), es una institución sin fines de lucro y representa a los diferentes agentes de aduana a nivel nacional; asimismo, cuenta con personería jurídica de derecho privado, con el reconocimiento de las autoridades competentes en el Perú. Desde su fundación, setiembre de 1950, ha realizado una intensa labor institucional en lo referente a la

permanente búsqueda de ventajas para sus asociados y el comercio exterior peruano en el contexto global. Además, el AAAP es integrante de la Asociación Internacional de Agentes Profesionales de Aduana (ASAPRA), la finalidad de integrar organizaciones de competencia internacional, está asociado con la disminución de la vulnerabilidad externa y mejorar la posición del Perú en el contexto económico internacional, dentro de una visión global. Teniendo en cuenta el papel que cumple la AAAP frente al contexto internacional, resulta necesario que los 108 agentes de aduanas registrados a la fecha deban contar con una adecuada gestión empresarial, así como mantener niveles de competitividad que contribuyan con el comercio exterior (AAAP, 2018).

Es así que la investigación ofrece ideas básicas sobre los factores de gestión que presenten mayor relevancia en la competitividad y de esta forma ayudar a que los agentes de aduanas pongan mayor atención sobre estos y así logren sus objetivos.

### **1.1.2 Formulación del problema.**

#### **Problema general.**

¿Qué relación tiene la gestión empresarial en la competitividad de las empresas de la Asociación de Agencias Aduaneras del Perú, Callao, 2018?

#### **Problemas específicos.**

- a) ¿Qué relación tiene el rendimiento de servicio en la competitividad de las empresas de la Asociación de Agencias Aduaneras del Perú, Callao, 2018?
- b) ¿Qué relación tiene el mercadeo y ventas en la competitividad de las empresas de la Asociación de Agencias Aduaneras del Perú, Callao, 2018?
- c) ¿Qué relación tiene el área financiera en la competitividad de las empresas de la Asociación de Agencias Aduaneras del Perú, Callao, 2018?
- d) ¿Qué relación tiene la gestión humana en la competitividad de las empresas de la Asociación de Agencias Aduaneras del Perú, Callao, 2018?

### **1.1.3 Justificación de la investigación**

#### **Justificación teórica.**

Tomando en cuenta la limitada información sobre la relación entre la gestión empresarial y la competitividad, la investigación, generó nuevos conocimientos con respecto al tema y de esta manera, estos puedan ser utilizados sobre las empresas en el sector.

#### **Justificación práctica.**

En base a las conclusiones que generó esta investigación, fue posible lograr obtener una nueva visión sobre la relación entre la gestión de empresas y la competitividad. De esta manera, se pudo aplicar de forma práctica dentro de la empresa, y mejorar la competitividad dando mayor énfasis en factores de mayor relevancia.

#### **Justificación metodológica.**

Esta investigación, busca determinar la influencia de la gestión empresarial sobre la competitividad de la Asociación de Agencias Aduaneras, Callao, 2018. Para ello se utilizó el método explicativo, porque se encargó de buscar las razones o causas que generan ciertos fenómenos, y finalmente permitió explicar el por qué ocurre y en qué condiciones se da. Además, esta investigación servirá como fuente para otras investigaciones de esta manera aportar en el desarrollo de otros.

#### **Justificación por conveniencia.**

El motivo del desarrollo de esta investigación, generó el interés por conocer realmente ¿Cuál es la influencia de la gestión empresarial sobre la competitividad de las empresas de la Asociación de Agencias Aduaneras del Perú, Callao, 2018?, pudiendo contrastar finalmente, la hipótesis, es decir que la gestión empresarial influye significativamente en la competitividad de la Asociación de Agencias Aduaneras del Perú. El desarrollo de esta investigación incrementó nuestro conocimiento y de ésta manera aportará como antecedente para otras investigaciones.

## 1.2 Marco referencial

### 1.2.1 Antecedentes.

- **Álvarez (2017)**, en su investigación titulada “La gestión empresarial de las Mypes y su relación con la competitividad de ventas en el emporio de Gamarra, La Victoria, 2017”, presentada a la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales. La investigación tiene como objetivo observar la forma en la que se relacionan la administración empresarial de las Mypes con la competitividad de alcance de clientes en el emporio de Gamarra – La Victoria 2017. El diseño utilizado en la investigación es de tipo diseño no experimental, de naturaleza descriptiva correlacional, considerado como una investigación aplicada y el tamaño de muestra fue de 152 empresas Mypes. El resultado que arrojó el trabajo de campo concluyendo en que se muestra la existencia de una correlación positiva baja entre las variables, además, la gestión empresarial de las Mypes se encuentra relacionada con la competitividad del alcance a los clientes en el distrito comercial de Gamarra, La Victoria, 2017 ya que se observó en la prueba de Rho Spearman un valor de 0.389, lo cual indica una correlación positiva baja entre las variables.
- **Castillo (2017)**, en su investigación titulada “La gestión empresarial y su influencia en la competitividad de las MYPEs del centro comercial Covida, Los Olivos, año 2017”, presentada a la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales. Su objetivo fue encontrar la influencia existente entre las variables gestión empresarial y la competitividad de las MYPEs al interior de Covida, Los Olivos, año 2017. Obtuvo el resultado de que una MYPE con una buena gestión empresarial obtiene repercusiones de esta directamente en su grado de competitividad. Según la tabla 14 estandarizada, existe una correlación positiva moderada de un 57.2% concluyendo que existe influencia significativa entre la gestión empresarial y la competitividad en las MYPEs del centro comercial Covida, en el distrito de Los Olivos, año 2017.

- **Llave y Muñico (2017)**, en su investigación titulada “Estrategias de gestión empresarial y la competitividad en el periodo 2016 – 2017”, presentada a la Universidad Privada del Norte, Facultad de Negocios. Los autores establecieron por objetivo encontrar la forma en como la Estrategia de Gestión Empresarial tiene influencia sobre la competitividad de la empresa J&J VAPOR REPRESENTACIONES. Dentro de la metodología, se ha establecido que la investigación empleó un diseño transversal correlacional, aplicando la técnica de la encuesta y como instrumento un cuestionario. En los resultados se dio a conocer que previa a la implantación de estrategias de Gestión Empresarial, el cual nos muestra un 41.11% de nivel de competitividad el cual es un nivel no competitivo, habiendo también un nivel de Gestión bajo y posterior a la implantación de las Estrategias de Gestión Empresarial, el cual nos muestra un 57.24% de nivel de competitividad el cual es un nivel de competitividad baja, mejorando a un Nivel de Gestión Medio; a la par fue aplicando estrategias de diferenciación de costos y el outsourcing impulsó el valor agregado al servicio que se le da a los clientes. Concluyó que Las ventas aumentaron un 41.93% a partir del mes de junio, evidenciándolo en un control simple de registro de ventas y pagos diarios. Estos cambios se comenzaron a originar mediante un plan de mejoras.
  
- **Muriel (2017)**, en su investigación titulada “Estrategia empresarial y competitividad de las agencias de aduana el distrito de Tacna, 2016-2017”, presentada a la Universidad Privada de Tacna, Facultad de Ciencias de Tacna. Planteó como finalidad, establecer la relación existente entre la estrategia empresarial y competitividad de las Agencias de Aduana del distrito de Tacna, año 2016 – 2017. Respecto a la metodología aplicada en el tipo de investigación es básica, en los resultados rebelaron que el 89% considera que su empresa siempre se encuentra y el nivel es relaciona - correlacional calificada para cumplir las exigencias del mercado actual; el 68% de los dueños manifestó que el nivel de capacitación de su personal frente al mercado es ato, mientras que el 32% manifestó que el nivel de capacitación de su personal es medio. Concluyó que la hipótesis general resaltó la presencia de una relación entre la estrategia empresarial y la

competitividad de las agencias de aduana, asimismo se comprobaron las hipótesis específicas las cuales determinaron que la estrategia empresarial que predomina en las agencias de aduana es la estrategia Intensiva y el nivel de competitividad de las agencias aduanas es bajo.

- **Loayza y Curasma (2014)**, en su publicación titulada “Gestión empresarial, nivel de competitividad y productividad de empresas del sector textil de Huancayo”, publicada en la revista Apuntes de Ciencia y Sociedad, 04(01), pp. 15-24. Su objetivo fue provincia de Huancayo, Perú; promover el desarrollo de las áreas más críticas de gestión de las empresas objeto de estudio de acuerdo con el resultado del mapa de competitividad. Tuvo como resultados que las empresas incrementaron el nivel de competitividad de 2 ,9 6 a 3 ,6 7 puntos sobre un total de 5 puntos. El incremento porcentual por áreas fue de 60 % a 73 % en planeamiento estratégico, de 62 % a 74 % en producción y operaciones, de 64 % a 76 % en aseguramiento de la calidad, de 56 % a 74 % en comercialización, de 66 % a 74 % en contabilidad y finanzas, de 66 % a 75 % en recursos humanos, de 4 7 % a 75 % en gestión ambiental, y de 42 % a 63 % en sistemas de información. Concluyeron que se incrementó la competitividad de las empresas, 18 % en comercialización, 21 % en sistemas de información y 28 % en gestión ambiental, por citar las áreas donde se alcanzó un mejor desempeño.
- **Sánchez et al. (2015)**, en su publicación titulada "Factores que influyen en la competitividad de las agencias aduanales. Caso Miguel Alemán, frontera México-USA", presentada a la revista Universo de la Tecnológica, 8(22), pp. 9-12. La investigación se planteó como objetivo realizar un análisis de los factores clave que buscan explicar el accionar competitivo de las agencias aduanales de ciudad Miguel Alemán, Tamaulipas. Se generó como consecuencia que la innovación en ideas influye en la competitividad de las agencias aduanales de forma contundente, su coeficiente de correlación fue de 0.93; por el contrario, la innovación tecnológica no influye de manera significativa en la competitividad de las agencias aduanales, su correlación fue de apenas 0.34. Concluyó que la originalidad en ideas (servicios

diferenciados) es un elemento que cuenta con grado de significancia para la competitividad de las agencias aduaneras de la ciudad de Miguel Alemán.

- **Zamora y Lenin (2015)**, en su publicación titulada “Competitividad de la administración de las aduanas en el marco del comercio internacional Contaduría y Administración”, presentada en la revista de la Universidad Nacional Autónoma de México, 60(1), pp. 205-226. Se planteó como objetivo encontrar las principales variables que cuentan con incidencia en la competitividad de las aduanas en el marco del comercio exterior en los países con mayor participación en el comercio internacional. Los factores estudiados fueron, aduanas y otros impuestos a la importación inversamente, el primer factor cuenta con un 32.21% de la varianza explicada. El segundo factor, con 14.61 %, considera los indicadores de calidad, transparencia y eficiencia. Concluyó que las variables con un mayor peso son los impuestos al comercio exterior y el flujo comercial (con el 32.21% de la varianza explicada), seguidas de la calidad, transparencia y eficiencia en el comercio exterior (14.61%).
  
- **Campos y Méndez (2015)** en su trabajo de investigación titulado “Estudio de la gestión empresarial y su efecto en el desarrollo de las PYMES del Cantón San Jacinto de Yaguachi, 2013 – 2014”; tesis para el optar el Título profesional; presentada a la Universidad Estatal de Milagro, Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales. Partieron desde la interrogante de saber si existía incidencia de la gestión en el desarrollo de las empresas. Llevaron a cabo un estudio descriptivo, correlacional, explicativo. Su muestra estuvo conformada por las pequeñas y medianas empresas (PYMES) que se ubican en cantón Yaguachi que hacen un total de 28 establecimientos de los cuales 2 son del sector manufacturero, 1 pertenece al sector comercial y 25 a Servicios. Para ello se elaboró un cuestionario. El cual permitió ver que el desarrollo de las Pymes es bajo, muchos de ellos no se encuentran satisfechos con los logros obtenidos, la gestión no se ha estado llevando de acuerdo a una planificación definida. Después del análisis realizado se concluye, que las PYMES de Yaguachi tienen un nivel de desarrollo deficiente y éste se debe a que no se está muy débil en la parte de gestión

empresarial debido a que esta no es fundamental para el trabajar sobre la competitividad.

- **Alcívar (2015)**, en su investigación titulada “Hacia la expansión del comercio internacional de la empresa local: propuesta de un plan para el estudio de la competitividad en empresas exportadoras de productos terminados ubicadas en la ciudad de Guayaquil”, presentada por la revista Anales, pp. 131-141. El objetivo de este estudio fue elaborar un plan para lograr el estudio a través de factores de competitividad de las organizaciones exportadoras, ya que resulta fundamental para la expansión. La investigación siguió un diseño no experimental, transversal descriptivo, utilizo el método cuantitativo. A partir de la indagación realizada se pudo conocer que existen siete modelos de competitividad empresarial. Los resultados que fueron hallados fueron ordenados a partir del método estadístico Clúster y de esa forma se pudo diseñar el Plan de Competitividad para las empresas que realizan exportaciones de productos terminados que están en los sectores: alimentos, artesanías, automotriz, productos farmacéuticos, químicos y textiles. Este plan está compuesto por tres factores de competitividad: Gestión operativa, Gestión estratégica, Gestión emergente. En conclusión, se logró examinar los recursos bibliográficos acerca de competitividad empresarial. Se logró establecer indicadores para evaluar la competitividad en empresas exportadoras de Guayaquil y de esa forma poder elaborar el plan que fue objetivo principal de este estudio.
  
- **López (2015)** ejecutó un trabajo titulado “Evaluación de los resultados financieros al implementar el modelo de la gestión basada en la administración de la relación con los clientes (Customer Relationship Management - CRM-) en las Agencias de Aduana de Guatemala”, tesis para optar el grado de Maestro, presentado a la Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Ciencias Económicas, Escuela de Estudios de Postgrado. Tuvo como fin evaluar los resultados financieros después de que se aplicara un modelo de gestión basada en la administración de la relación con los clientes. Para el recojo de información se tuvo como técnicas a la investigación documental, se realizaron consultas (entrevistas) con expertos

en servicio de asesoría y gestión aduanera; otro fue la observación directa que incluía un análisis de la situación administrativa, gestión de servicio al cliente, a los estados financieros, diseño de la gestión basada en la relación con los clientes (CRM) y evaluación financiera del módulo de gestión diseñado. Se reveló que la implementación de un modelo de gestión basado en la administración de la relación con los clientes (CRM), el cual permite la redefinición de procesos para la optimización de tiempos, satisfacción y fidelización del cliente, y la mejora en eficiencia. Todo ello induce a confirmar la importancia que tiene el CRM en las agencias de aduana de Guatemala ya que mejoras en la productividad de pedidos, facturación y en los niveles de cumplimiento en el servicio al cliente.

## **1.2.2 Marco teórico.**

### **1.2.2.1 *Gestión empresarial***

*Conceptos de gestión empresarial.* Hernández y Pulido (2011) entienden el término gestión empresarial como una causa intelectual, que persiste y faculta a un sujeto que se encuentra debidamente capacitado en términos de competencia laboral y de gerencia, a guiar un ente social productivo sobre el contexto de un entorno que varía de forma brusca y sobre el cual existen otros entes, haciendo de guía y generador de políticas y estrategias. Así el sujeto debe entender el contexto y el rol que cumple la organización sobre el cumplimiento de las necesidades de los consumidores. Y a la vez planificar los recursos tanto económicos como humanos, para lograr objetivos o propósitos.

Rubio (2008) refiere a su vez, que la gestión debe su funcionamiento al capital humano, y por lo general, busca generar equipos de trabajo y de esa manera obtener resultados.

Chiavenato (2006) por su parte explica que la gestión empresarial es el proceso de planear, organizar, direccionar y controlar los recursos (intelectuales, humanos, materiales y financieros) de una institución, con la meta de obtener el máximo beneficio o alcanzar sus objetivos.

García (2005) concibe la gestión empresarial como un total de acciones o procesos básicos, que hechos de manera conveniente, obtienen una influencia positiva sobre la eficacia y la eficiencia de las actividades que desarrolla la institución. “La gestión empresarial de una empresa hace referencia las medidas y estrategias llevadas a cabo con la meta de que la empresa encuentre viabilidad económica” (Editorial Definición MX, 2013)

### ***i) Instrumentos para la gestión empresarial***

Muñoz (2015) explica que es necesaria la implementación de instrumentos al momento de realizar un análisis de la gestión empresarial. Entre estas se encuentran la cadena de valor, la reingeniería de procesos y la contabilidad estratégica que son definidas a continuación.

- La cadena de valor. Uno de los factores con mayor relevancia sobre la intensificación de la competencia entre las organizaciones es la continua necesidad de realizar un ajuste de precios. Esta reducción se encuentra relacionada directamente con una optimización de los costos. Es por esta razón que las estrategias de crecimiento o de mantenimiento de la organización en el mercado deben tomar en cuenta sobre todo a aquellas cualidades del producto que son valoradas en mayor grado. Por este motivo, debe orientar sus actuaciones sobre el concepto de valor de los costes.
- Reingeniería de procesos. Esta se encuentra facilitada por la tecnología y surge como una herramienta para las estrategias de liderazgo en costos o diferenciación a nivel corporativo, y mediante las cuales las empresas buscan reaccionar a cambios en el contexto del sector sobre el que se desenvuelven, la reingeniería implica la renovación de los procesos de fabricación de los productos, generando que estos sean flexibles e innovadores, al lograr el cambio de forma oportuna de los métodos de producción, disminuyendo así los tiempos y los costos de cada uno de los eslabones de la cadena de valor. La reingeniería entonces es definida como “la revisión fundamental y el completo rediseño de los procesos para lograr mejoras específicas en medidas críticas del rendimiento, como el coste, la calidad, y la rapidez del servicio”.

- Contabilidad estratégica. Esta genera una nueva forma de ver la contabilidad al concentrar la atención a la parte de la estrategia y la eficacia. La primera es considerada como una herramienta para lograr el liderazgo competitivo. La segunda ayuda con la maximización de los resultados de la sumatoria de la actividad de la organización. Entonces la contabilidad estratégica es “la única capacitada para diseñar de una manera rigurosa las estrategias más rentables y adoptar las decisiones estratégicas con el riesgo mínimo”. De esta forma, la contabilidad estratégica busca asumir una serie de retos que consisten en, i) La identificación de la data necesaria, que permita encontrar las competencias requeridas, los factores que influyen en el éxito. ii) La medición tanto cuantitativa como cualitativa de variables claves sobre las cuales se encuentra la estrategia y se encuentran definidas respecto a los factores tangibles e intangibles, financieros y no financieros, de corto y largo plazo.

## ***ii) Factores de la gestión***

- La gestión es un proceso intelectual. La gestión incluye un proceso intelectual, sobre una actividad de cavilación, pensamiento crítico y análisis del entorno que se encuentra constantemente afrontando cambios que afectan a la organización, pues su finalidad se encuentra relacionada con la economía, el marco de acción legal, cultural y social de los fines que persigue la generación de productos y su calidad.
- La gestión debe ser creativa. Esto compromete singularidad, para obtener la calidad de los productos que crea la organización, y mediante esta obtener fidelidad de los consumidores; implica a su vez capacidad de innovación y negociación que se puede visualizar en la relación que se posee con los clientes, agentes de abasto y mercados. La capacidad inventiva, incluida en productos y procesos, es de suma importancia al momento de competir y satisfacer de distinta forma a compradores sobre un mercado que crece en exigencia.

- La gestión establece directrices estratégicas. Establece los elementos que se mantienen a lo largo del tiempo y permiten a la organización mantener su trayecto el destino final que esperan alcanzar y su fundamento.
- La gestión debe ser táctica. Este elemento indica que la gestión debe incluir el compromiso de todos los elementos de capital humano al interior de la organización. Implica entonces el discernimiento del entorno y la planeación de la estrategia que se utilizará en el proceso.
- La gestión se encarga de la coordinación y aprovechamiento de los recursos de la empresa. Infiere la adhesión de todos los recursos y que estos cuenten con un solo rumbo y propósitos comunes, se deduce entonces que la gestión comparta una visión compartida y generadora de acción.

### ***iii) Elementos de un sistema de gestión***

Jácome (2018) resalta que para encontrar resultados, las organizaciones necesitan organizar las actividades que llevan a cabo, y con esto viene la necesidad del desarrollo de nuevas herramientas de análisis. Las cuales se encuentran al interior de los elementos de gestión. Un sistema de gestión entonces, cuenta como un elemento que ejerce regulación sobre la estructuración, dirección y desarrollo de empresas complejas. Ejerce regulación sobre la aplicación y el control de los procesos organizacionales. En esta forma es que la empresa realiza una gestión organizacional que se encuentra relacionada con la calidad. Forma entonces una herramienta que se encuentra basada sobre los principios de la administración y permite a la dirección conducir las actividades en forma organizada. Para el correcto análisis a través de la medición y el control que garantizan el cumplimiento de esta gestión empresarial, será necesario contar con los cuatro principales elementos de gestión.

- Estrategia organizacional. Busca concertar una definición clara de los objetivos basado en la situación empresarial actual. Es un proceso a través del cual la organización comienza el análisis de su entorno competitivo, para visualizar sus oportunidades y amenazas, así como el ambiente al interior

de la organización, los recursos, capacidades y ventajas que le permitan obtener una posición sostenible a lo largo del tiempo.

- **Procesos.** Definen el camino a seguir, las funciones y responsabilidades de los recursos humanos que son utilizados para poner en avance los objetivos que se tienen planteados. Estos procesos son elementos de la ingeniería de organizacional, más que una herramienta que sirve para la revisión del avance de los procesos de un negocio, es una necesidad con la que cuenta la organización.
- **Recurso humano.** Es un factor clave para el cumplimiento de actividades con eficiencia mediante la formación profesional. La distribución por sectores es el modelo organizacional que utiliza el elemento del recurso humano y las guías necesarias para el logro de sus funciones de manera eficiente y eficaz. De este modo no se cuenta con un modelo informal de comportamiento, se debe definir un modelo de funcionamiento mediante instrumentos como los organigramas.
- **Sistemas de información y tecnología.** Tienen una relación directa con el contexto de la organización. Sobre el sistema de gestión se debe contar con este factor, ya que tiene relevancia sobre las demás variables internas de la organización. La estructura formal solo implica la anatomía básica de la organización, las empresas deben prestar atención también a la filosofía de la organización y a los sistemas de información.

#### ***iv) Niveles gerenciales***

Las organizaciones cuentan con grados de autoridad, que son denominados como jerarquías. “La administración se ejerce por medio de niveles gerenciales que varían según la capacidad otorgada o delegada al gerente en relación con su jerarquía organizacional” (Hernández & Pulido, 2011, pág. 8). Mayormente las empresas con los siguientes niveles, alta dirección, gerencia media y nivel operativo. Pero las Pymes no cuenta con la misma estructura, para estas es más sencillo apoyarse en sus abastecedores para lograr sus metas.

- Alta dirección. O nivel de gerencia general, carga sobre si el alcance de las metas generadas por los dueños o propietarios. En resumen, el alto nivel de gerencia, tiene la responsabilidad de tomar decisiones sobre la misión y objetivos de la organización, apoyándose sobre las políticas y recursos de la empresa.
- Gerencia media. La gerencia media incluye al consejo directivo, que mayormente está compuesto por ejecutivos de distintas áreas claves de la empresa. Suelen ser profesionales de competencia, con un grado de educación superior, y que cuentan con experiencia. El rol que cumplen es proceder con las decisiones que toma la alta dirección, y velan por el cumplimiento de las metas de acuerdo a los presupuestos de los que disponen.
- Nivel operativo. El nivel operativo se encarga de aplicar los procedimientos a través de políticas y normas de calidad. Los frutos de este nivel se valoran de acuerdo a su eficacia y el alcance de metas que logren acorde a los recursos que tienen asignados. Es de mucha importancia admitir que el nivel operativo, cuenta con muchas más capacidades, y su función no se ve limitada solamente a la parte mecánica, sino que es un elemento estratégico que sirve para optimizar los procesos y resultados.

### **1.2.2.2 Competitividad.**

*Conceptos de competitividad.* Hernández y Pulido (2011) entienden la competitividad como la creación, desarrollo y sostenimiento de capacidades para obtener la primacía de los clientes al interior del sector en que trabaje la organización. Y así obtener resultados económicos (rentabilidad) y humanos (desarrollo integral) a lo largo del tiempo. Por otro lado Otero (2006), define competitividad como, la capacidad de las empresas, de lograr niveles de empleo altos, mientras estas se encuentran expuestas a la competencia de un contexto internacional.

Porter (2008) explica que la competitividad consiste en la capacidad de una organización para sostener a lo largo del tiempo e incrementar su participación al

interior de los mercados internacionales, al mismo tiempo que genera un nivel de vida más alto para la población. Indica también que el único y mejor camino para lograr este objetivo es mediante un aumento de la productividad de los empleados.

Benzaquen (2010) encuentra el fundamento de la ventaja competitiva en la “productividad” y en los elementos que determinan esta al interior de una organización. La productividad por su parte es la relación que existe entre la producción que se obtiene mediante un sistema, y la cantidad total de recursos que son utilizados para este fin, es decir su uso de manera eficiente o la relación de los recursos utilizados y el tiempo que tarda conseguirlos.

### ***i) Estrategia competitiva***

Porter (2008) indica que la formulación de una estrategia competitiva, esencialmente es establecer una relación entre la institución objeto de estudio y su contexto. Dado que el contexto relevante de la empresa es muy amplio y abarca tanto fuerzas sociales como económicas, el aspecto fundamental de las empresas es donde estas compiten. La base de la industria apoya de forma decisiva a establecer las reglas del juego competitivo, y también las estrategias con las que puede contar la institución. La intensidad de la competencia en un sector, por lo tanto, no deberá su existencia a la suerte, si no se verá afectada por los factores que influyen en la estructura económica a la que esta se encuentra ligada. La intensidad de la competencia se encuentra estrechamente ligada a las cinco fuerzas competitivas. La fuerza conjunta de estas determina el potencial de obtención de utilidades dentro del sector.

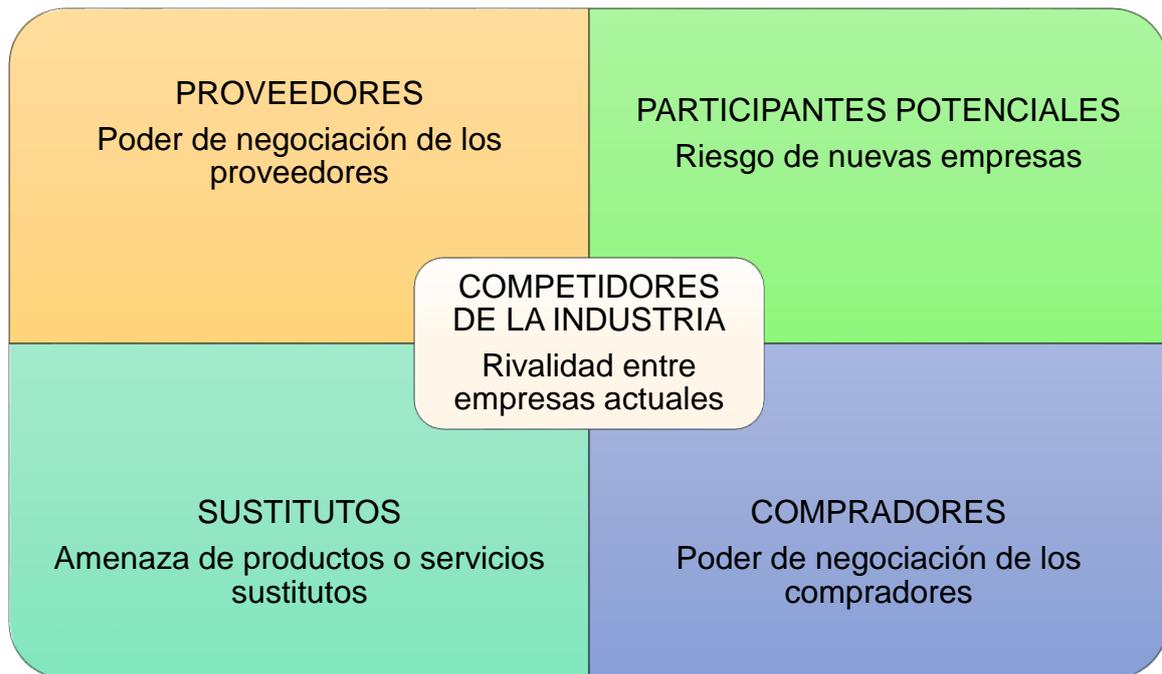


Figura 1. Fuerzas que impulsan la competencia en la industria.  
Adaptado de “Estrategia competitiva”, Porter, M. (2008)

Riesgo de la entrada de más participantes. Los nuevos participantes que ingresan a un sector generan más capacidad, la intención de conquistar participación en el mercado. Esto puede generar que se reduzcan los costos, o que los costos de las compañías que ya se encuentran establecidas se inflen. Las organizaciones, por lo general al ingresar dentro de una industria, se diversifican, y buscan adquirir compañías de otros mercados para revolucionar. El riesgo de que nuevas organizaciones ingresen al sector, dependerá de la existencia de barreras a la entrada y también de las acciones que realicen las empresas ya establecidas una vez noten la intención de otras de ingresar al mismo sector. El riesgo será mínimo si las barreras cuentan con mucha relevancia, o si las empresas nuevas obtienen represalias inmediatas de las empresas que ya se encuentran consolidadas en el sector.

Barreras contra la entrada. Dentro de las barreras contra la entrada de nuevas organizaciones al sector, se cuenta principalmente con seis que son descritas a continuación.

- Economías de escala. Establecen las reducciones de costos unitarios de un producto, a medida que aumenta la cantidad de productos generados por la

empresa este coste se reduce, eso repele la entrada de otras organizaciones, ya que las condiciona a generar inversiones extremadamente grandes o a invertir muy poco y jugar con una desventaja dentro de los costos, ambas opciones son poco atractivas.

- Diferenciación de productos. Esta barrera contra la entrada implica que las empresas con mayor tiempo en el sector, cuentan con una identificación de la marca que poseen y la lealtad de los consumidores, que lograron por medio de publicidad, el servicio al cliente, o por el simple hecho de haber llegado antes al sector. Esta es una barrera por que obligar a las nuevas organizaciones a optar por una gran inversión en publicidad y así tratar de obtener la lealtad de los clientes.
- Necesidades de capital. El requerimiento de invertir sumas cuantiosas de dinero para entrar a un sector específico crea una barrera a la entrada, sobre todo si se implica que la inversión es riesgosa y en muchos casos irre recuperable.
- Costos cambiantes. La presencia de costos cambiantes crea una barrera a la entrada, esto implica que los costos que paga una vez el comprador cuando cambia el producto de un proveedor por otro. Como ejemplo se tiene el costo de reentrenamiento de los empleados nuevos.
- Acceso a canales de distribución. Se crea una barrera de ingreso cuando la organización requiere una garantía sobre la distribución de su producto. Como los canales de distribución ordinarios ya cuentan con una relación con los competidores, si quieren que distribuyan su producto habrá que ofrecerles más beneficios.
- Desventajas de costos independientes de las economías de escala. Las organizaciones que se establecieron con anterioridad pueden contar con ventajas de costos que no se encuentran al alcance de los nuevos competidores, como tecnología de productos patentados o acceso preferencial a materias primas.

## ***ii) Estrategias competitivas genéricas***

Porter (2008) explica que dentro de las cinco fuerzas que delimitan la competencia, se cuenta con un total de tres estrategias genéricas o principales.

- Liderazgo en costos globales. Consiste en lograr el liderazgo en costos globales a través de un conjunto de políticas encaminadas a alcanzar este objetivo primordial. El liderazgo en costos requiere la construcción agresiva de plantas de escala eficientes, la búsqueda exhaustiva de una reducción de gastos, evitar las cuentas menores de clientes con poca participación, y mantener al mínimo los costos en las áreas de investigación, desarrollo, fuerza de ventas. Estas metas no se lograrán si la junta directiva de la institución no presta la atención requerida al tema de reducción de costos. En toda estrategia la base es la reducción de estos costos, pero nunca se debe descuidar ni la calidad de los servicios ofrecidos ni otros aspectos.
- Diferenciación. Esta se encuentra dirigida a diferenciar el producto o servicio que ofrece la organización, generando de esta forma que el producto de la organización sea percibido por los clientes como único. Esto se puede alcanzar de distintas maneras como el diseño o imagen de la marca, la tecnología, las características, el servicio al cliente, u otras dimensiones. Resalta también que la estrategia de diferenciación no solo deja prescindir de los costos, si no cuenta como el principal objetivo estratégico. Una vez alcanzada la diferenciación del producto, esta implica una estrategia útil para lograr rendimientos por encima del promedio del sector. De esta forma establece una posición favorable para defender las cinco fuerzas competitivas. La diferenciación otorga protección sobre la rivalidad, ya que los clientes son leales a la organización, y disminuye la sensibilidad al precio. También genera un mayor margen de utilidad lo cual permite prescindir de la posición de costos bajos. Se elevan barreras a la entrada gracias a la lealtad de los consumidores. La diferenciación otorga un margen más amplio de utilidad, disminuye el poder de los consumidores ya que estos no disponen de ningún producto similar.
- Enfoque o concentración. La tercera estrategia genérica, se centra en un grupo específico de compradores, dentro de un segmento de la línea de productos o en un mercado geográfico, igual que la diferenciación, cuenta con distintas modalidades. La estrategia de enfoque, procura otorgar un servicio con una calidad superior a un mercado específico. Implica como suposición que la organización podrá ofrecer una mejor atención a su

segmento que las empresas que compiten en mercados más extensos. Así se logra una diferencia al satisfacer de forma más eficiente las necesidades de su mercado específico. Aunque esta estrategia no implica la reducción de costos ni una diferenciación a los ojos de los consumidores, si logra ambas ante el público específico.

### ***iii)Productividad y competitividad organizacional***

Hernández Y Pulido (2011) se refieren a la productividad como una parte de la responsabilidad de los encargados de organizaciones, es de su competencia lograr mayor competitividad y productividad en la empresa. La productividad se encuentra como resultado al realizar un adecuado uso de los recursos en relación de proporción sobre los productos finales. Las organizaciones implementan recursos económicos o técnicos de acuerdo a diversos sistemas de producción. Al intentar alcanzar la competitividad, es necesario cada vez mayor utilización de recursos, por lo que el gerente debe estar consciente de la manera en la que se mide la productividad, lo cual dejara junto con la medición de la rentabilidad financiera, lograr la competitividad, que en resumen es la capacidad que tiene la empresa de competir en un mercado de alta concurrencia, que requiere de calidad. La globalización económica deja que exista la competencia entre productos de distintas partes del mundo, lo que hace cada vez más difícil la gestión, la administración de las empresas y su competitividad.

### ***iv)La competitividad empresarial y el desarrollo socioeconómico***

Hernández y Pulido (2011) indican que la actividad de los agentes económicos, implica una infraestructura que de facilidades al desarrollo empresarial competitivo sobre los ámbitos micro y macroeconómicos, esta infraestructura consta de.

- Gobiernos federales, estatales y municipales. Son instituciones públicas que tienen por labor la promoción y desarrollo de las empresas.
- Instituciones de educación superior. Distintas clases de instituciones educativas que forman profesionales de distintas disciplinas, que se encuentran dirigidas a los sectores productivos y en concordancia con los planes sectoriales.

- Centros de investigación públicos y privados. Parques industriales, incubadoras de negocios, organismos empresariales.
- Instituciones financieras. Bancos, cajas municipales que brindan apoyo en forma de créditos y de inversiones y de esta manera apoyan al sistema empresarial.

Las organizaciones llevan a cabo su labor en un contexto de libre competencia, lo que obliga a las mismas a contar con productos que compitan en ventajas que generan alguna diferenciación y de esta manera los consumidores o parte de ellos las elijan como una opción a momento de adquirir bienes. Del mismo modo las organizaciones deben estar bien dirigidas de modo que generen productos con costos adecuados y dentro del ramo de operación en el que realizan sus labores.

**v) Competitividad sistémica.**

Según Esse, Wolfgang, Messner, y Meyer-Stamer (1996) la competitividad sistémica incluye los siguientes cuatro niveles.

1. Metacompetitividad. Conjunto de superioridad que posee una sociedad respecto a otra. Parte de la unificación social, e incluye aspectos como cultura e identidad, nivel educativo, esperanza de vida, talentos y competencias por individuo, lo cual permite obtener investigaciones especializadas.
2. Macrocompetitividad. Esta cuenta con varias variables como son:
  - a. Macroeconómicas, indicadores como la estabilidad de la economía y la moneda, el sistema bancario y el plan de desarrollo de largo plazo, mediante la guía de políticas claras.
  - b. Estructurales, incluye todo lo referido a infraestructura, carreteras, puentes, puertos, y todo aquello que permita a las empresas contar con alta tecnología.
  - c. Marco legal, se refiere a la confiabilidad que se puede disponer sobre la normatividad, y que esta sea fuente de factibilidad empresarial.

3. Mesocompetitividad, se refiere a la infraestructura, pero a nivel de región. Es necesario que cada región de un país también cuente con un plan de desarrollo y políticas sobre los recursos humanos y naturales con los que cuenta.
4. Microcompetitividad, el inicio de la competitividad al interior de las instituciones, encuentra su raíz en el desempeño de estas, y de la eficiencia con la que utilizan sus recursos y el talento con el que cuentan al momento de producir bienes y servicios que cumplan con la calidad requerida por el consumidor en un contexto competitivo.



*Figura 2.* Factores Determinantes de la competitividad sistémica.  
Adaptado de “Competitividad sistémica nuevo desafío para las empresas y la política” Esse et al. (1996)

### **1.2.2.3 Modelos de gestión empresarial y competitividad**

Primer modelo de gestión empresarial y competitividad según Jiménez (2011).

En la actualidad, en un mundo globalizado la inserción de empresas en los mercados mundiales viene a ser la herramienta necesaria para lograr el desarrollo económico.

Se debe partir primero desde un nivel local para luego convertirse en un objetivo global. Es importante la inserción de empresas en la macro unidad geográfica mundial, mediante la penetración de los mercados internacionales, para la generación de un efecto multiplicador que ayude a la disminución de la pobreza y las desigualdades globales.

#### **i) La gestión empresarial:**

Mediante el mercadeo y ventas en base a un estudio del mercado objetivo y producto bandera a exportar, con el manejo de información.

Recurso humano, tecnológico y capital, la interrelación de estas buscan el logro de una adecuada gestión empresarial con un capital humano que conoce, uso adecuado de la tecnología para lograr la comunicación e intercambio de información.

La inserción a mercados foráneos por fase, desde el mediano plazo y proyección a largo plazo para permanecer en el mercado internacional.

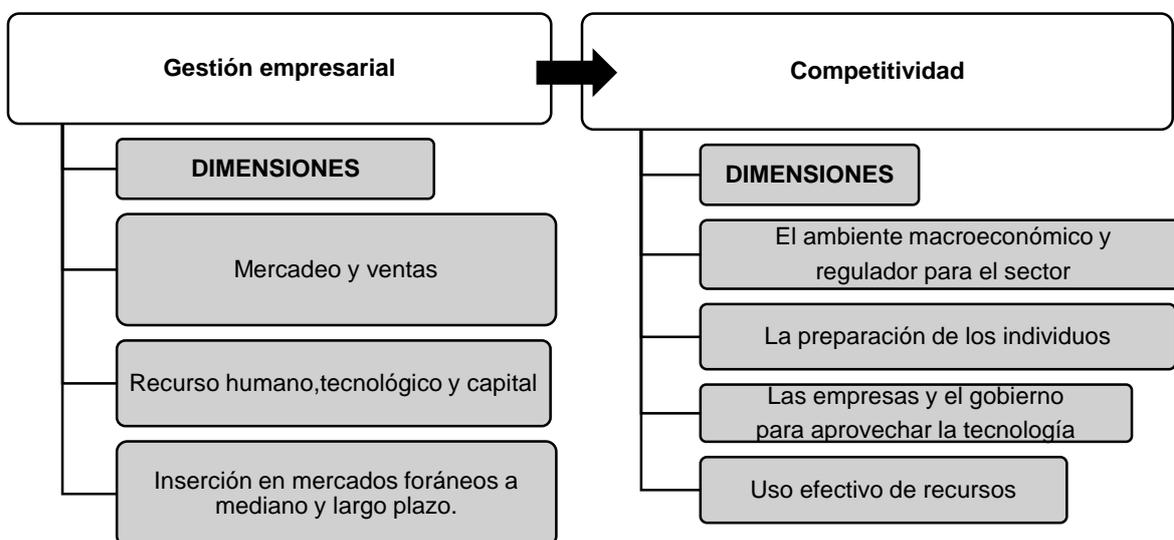
#### **ii) Competitividad**

El ambiente macroeconómico y regulador para el sector, mediante la diferenciación de los productos y cumplimiento de la calidad respectiva.

La preparación de los individuos, capital humano preparado y competitivo.

Las empresas y el gobierno para aprovechar la tecnología, mediante el uso eficiente de los recursos tecnológicos, por parte del personal trabajador y el cumplimiento de

las normas reglamentarias del estado. Además se hace uso efectivo de los recursos económicos, estratégicos, cognitivos.



*Figura 3.* Modelo de gestión empresarial y competitividad según Oyarce y Jorge (2013).

Tomado de “Excelencia empresarial y competitividad: ¿una relación fructífera?” por Oyarce y Jorge (2013).

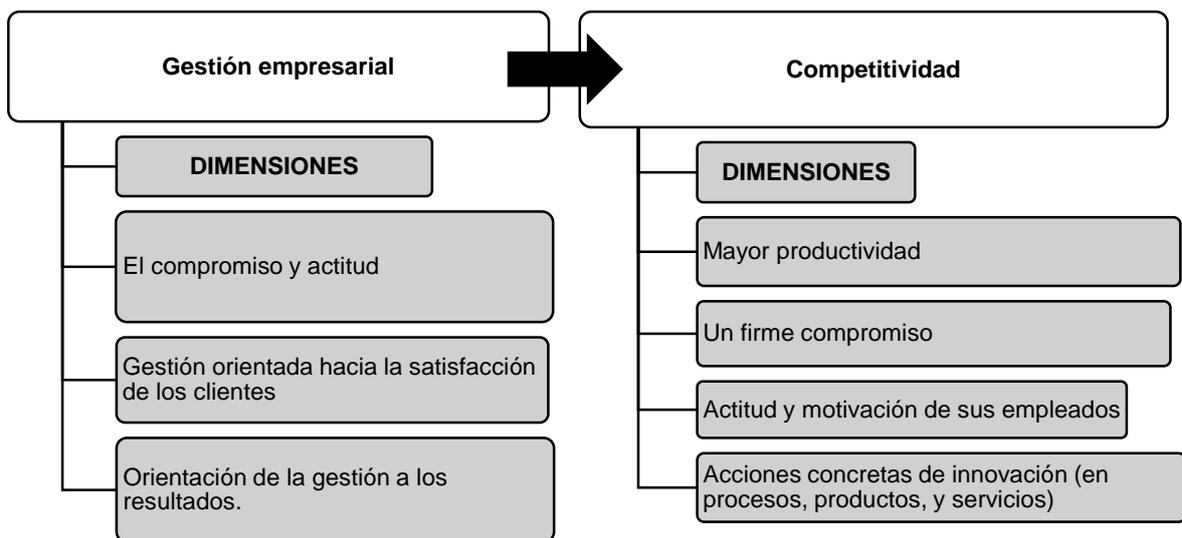
A continuación, se muestra la relación entre excelencia empresarial y competitividad a nivel de las empresas.

La relación existe y es efectiva en la medida que se evidencie alguna de las siguientes capacidades competitivas: mayor productividad; un firme compromiso, actitud y motivación de sus empleados; y acciones concretas de innovación (en procesos, productos, y servicios) en la empresa.

Respecto a la gestión empresarial y lograr la gestión de excelencia y la generación de ventajas competitivas en las empresas, para alcanzar un mayor nivel de productividad; es necesario cumplir con: el compromiso, actitud y motivación de sus trabajadores; y acciones concretas de innovación. Además de:

- Liderazgo y compromiso de la dirección superior
- Gestión orientada hacia la satisfacción de los clientes
- Apreciación de las personas como el principal factor estratégico

- Mejoramiento permanente de la productividad y la calidad
- Flexibilidad y capacidad de respuesta
- Perfeccionamiento permanente de los sistemas de planificación y decisión
- Valoración de la responsabilidad pública, protección del medio ambiente y del aporte social de la organización
- Orientación de la gestión a los resultados
- Adhesión a la no-discriminación.



*Figura 4. Relación entre gestión empresarial y competitividad a nivel de las empresas.*

Tomado de "Excelencia empresarial y competitividad: ¿una relación fructífera?" por Oyarce y Jorge (2013).

#### **1.2.2.4 Modelo propuesto.**

##### *i) Modelo a implementar para la evaluación de la gestión empresarial*

Montilla (2004) desarrollo un modelo para evaluar la gestión de empresas industriales dentro del sector de cosméticos, este optimiza el manejo de información, sirven para el análisis de la empresa y la toma pertinente de acciones de gerencia para lograr el éxito. Para lograr el análisis, separó a la empresa por áreas de análisis, dentro de las cuales encontramos:

- a. Área de producción. Que cuenta en su interior con el área de fabricación, envase y empaque. Esta área se encarga de la actividad de producción y busca optimizar los procesos productivos, para alcanzar la calidad que sea solicitada por el cliente.
- b. Área de mercadeo y ventas. Se encarga de buscar y alcanzar a los nuevos consumidores de manera rápida y eficaz. Y tiene como objetivo principal la satisfacción de los consumidores.
- c. Área financiera. La gerencia financiera tiene a cargo los departamentos de contabilidad, costos, presupuestos, créditos y cobranzas. Su función principal es la administración de los recursos de la empresa.
- d. Área de gestión humana. Compuesta por nómina, seguridad, prevención de riesgos y salud ocupacional. Su principal preocupación es el bienestar de los empleados y vela por un buen clima organizacional.

##### *ii) Modelo a implementar para la medición de la competitividad.*

Saavedra (2012) llevo a cabo un planteamiento para la medición de la competitividad. Para lo cual propone un enfoque de factores internos y externos, para los factores internos, utilizó la metodología del mapa de competitividad del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y Santillán (Santillán, 2010). Y del resultado de su análisis obtuvo las dimensiones.

- a. Capacidad para generar utilidades. Rentabilidad y productividad.
- b. Administrar con eficiencia los recursos. Uso óptimo de los recursos.

- c. Calidad. Consiste en la planeación y previsión de la calidad, el costo de la no calidad y la comunicación como estrategia para implementar la calidad.
- d. Tecnología. El aporte de la maquinaria para la operación de la empresa, seguridad de saber cómo hacer las cosas y camino hacia autosuficiencia en procesos.
- e. Capital humano. Está demarcado por la experiencia del personal para realizar los trabajos, la capacitación para lograr la eficiencia de las actividades, y la retribución económica para reconocer la labor del personal.
- f. Valores de la empresa. Está relacionado por la responsabilidad de la organización ante sus clientes, y la existencia de valores éticos que guían sus actividades.
- g. Mercado. La negociación para lograr mantenerse vigentes, y la capacidad para enfrentar la competencia.
- h. Medioambiente. La existencia de la responsabilidad de la organización hacia el medio ambiente y las acciones para cuidar el medio ambiente.
- i. Normas y reglamentos técnicos. Se refiere a la seguridad de cumplir con las normas técnicas y el conocimiento de la normatividad y el reglamento que rigen sus actividades.

Y para el análisis de los aspectos externos de la competitividad empresarial, consideró el modelo de competitividad sistemática propuesto por Esse et al. (1996).

### **1.2.3 Definiciones conceptuales.**

- Acciones de control extraordinario. Según el Ministerio de Economía y Finanzas (2006), son aquellas acciones que la dirección aduanera puede imponer y existen sobre las ordinarias, para la correcta supervisión del cumplimiento de las obligaciones y de esta forma evitar delitos aduaneros o fraudes.

- Administración aduanera. El Ministerio de Economía y Finanzas (2006) define el término como un Órgano de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, que tiene competencia para la aplicación de la legislación aduanera, realiza el cobro de los derechos arancelarios a la importación para el consumo, así como la aplicación de otras leyes y reglamentos sobre regímenes aduaneros.
- Agente de aduanas. Bernal (2011) define este como una persona natural o jurídica, que cuenta con la debida anuencia de aduanas, que interviene frente a las entidades de las cuales es competencia (aduanas, ministerios), a favor de un tercero que accede a sus servicios que le facilita a este, potestad sobre los trámites de importación, exportación o tránsito.
- Costos. Son los gastos de recursos económico para la producción de bienes o realización de servicios (Castillo, 2017).
- Dirección. Para Llave y Muñico (2017) corresponde al elemento de la administración mediante el cual se pone en ejecución todos los aspectos planificados, tomando decisiones, así como delegando funciones a los responsables de las actividades establecidas.
- Gerencia. Se refiere a un conjunto de personas que se encargan de dirigir, gestionar o administrar una sociedad, empresas u organización (Chiavenato, 2006).
- Operador Económico Autorizado. El Ministerio de Economía y Finanzas (2006) lo define como un ejecutante de comercio exterior que cuenta con certificación de SUNAT, al haber cumplido con los requerimientos dispuestos al interior del Decreto Legislativo.
- Organización. Una organización es un conjunto de personas que responden a un objetivo, cuyos esfuerzos permiten el cumplimiento de metas de forma ordenada (Hernández & Pulido, 2011).

- Productividad. Es el rendimiento de los factores que se emplean en la producción de bienes y servicios dentro de una empresa (Tam, Vera, & Ricardo, 2008).
- Proveedor. Es el encargado de suministrar recursos e insumos necesarios para la producción de bienes y servicios dentro de una organización (Campos & Mendez, 2015) .
- Sustitutos. Para Rubio (2008), los bienes o servicios sustitutos son aquellos bienes que son preferibles por los consumidores cuando el bien original resulta inalcanzable o tiene características diferentes.

### **1.3 Objetivos e hipótesis**

#### **1.3.1 Objetivos.**

##### **1.3.1.1 Objetivo general.**

Determinar la relación que tiene la gestión empresarial en la competitividad de las empresas de la Asociación de Agencias Aduaneras del Perú, Callao, 2018.

##### **1.3.1.2 Objetivos específicos.**

- a) Determinar la relación que tiene el rendimiento del servicio en la competitividad de las empresas de la Asociación de Agencias Aduaneras del Perú, Callao, 2018.
- b) Determinar la relación que tiene el mercadeo y ventas en la competitividad de las empresas de la Asociación de Agencias Aduaneras del Perú, Callao, 2018.
- c) Determinar la relación que tiene el área financiera en la competitividad de las empresas de la Asociación de Agencias Aduaneras del Perú, Callao, 2018.
- d) Determinar la relación que tiene la gestión humana en la competitividad de las empresas de la Asociación de Agencias Aduaneras del Perú, Callao, 2018.

### **1.3.2 Hipótesis.**

#### **1.3.2.1 Hipótesis general.**

La gestión empresarial tiene relación significativa en la competitividad de las empresas de la Asociación de Agencias Aduaneras del Perú, Callao, 2018.

#### **1.3.2.2 Hipótesis específicas.**

- a) El rendimiento del servicio tiene relación significativa en la competitividad de las empresas de la Asociación de Agencias Aduaneras del Perú, Callao, 2018.
- b) El mercadeo y ventas tiene relación significativa en la competitividad de las empresas de la Asociación de Agencias Aduaneras del Perú, Callao, 2018.
- c) El área financiera tiene relación significativa en la competitividad de las empresas de la Asociación de Agencias Aduaneras del Perú, Callao, 2018.
- d) La gestión humana tiene relación significativa en la competitividad de las empresas de la Asociación de Agencias Aduaneras del Perú, Callao, 2018.

### **1.3.3 Modelo propuesto de gestión empresarial y competitividad**

La presente investigación considera que los factores de la gestión empresarial de los agentes de aduanas en el Callao tienen relación sobre su nivel de competitividad, por lo tanto, se busca establecer la relación entre estos.

*Competitividad*

$= F(\text{rendimiento del servicio, área de gestión, área de mercadeo, área financiera})$

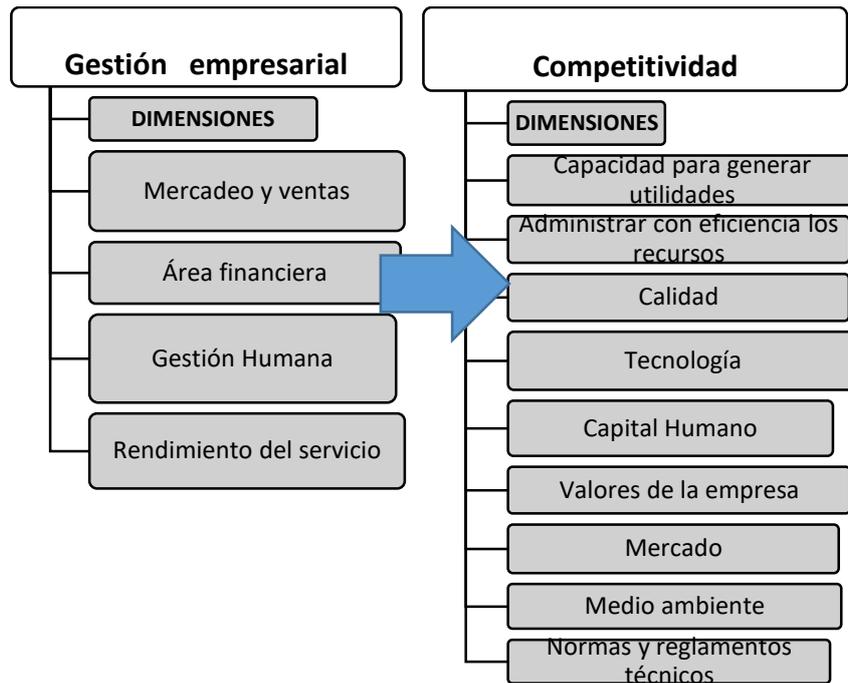


Figura 5. Modelo propuesto de gestión empresarial y competitividad. Oyarce y Jorge (2013).



FUENTE: ELABORACION PROPIA

## Capítulo II

### 2.1 Método de Investigación

El método utilizado en la investigación, fue el método cuantitativo, Hernández, Fernández, y Baptista (2014), definen este como el método que trabaja a través de la recolección de datos y utiliza estos para sustentar las hipótesis sobre una base de medición numérica y análisis estadístico. Busca establecer patrones de comportamiento al interior de las variables. Por estos motivos, este método es el que más se acomoda a la investigación a llevar a cabo.

Además, del método explicativo, porque se encarga de la búsqueda de las razones o causas que generan ciertos fenómenos, y explicar por qué ocurre y en qué condiciones se da.

#### 2.1.1 Tipo de investigación.

Ya que la finalidad de la investigación es encontrar la relación que tiene la variable dependiente, y la independiente, la investigación entonces cumple los requisitos para ser una investigación relacional aplicada. Tam, Vera, y Ricardo (2008) definen la investigación aplicada como aquella que sea útil o pueda ser aplicada a propósitos definidos. De esta forma, la relación que existe entre las áreas y la competitividad de las empresas, puede mejorar la legislación aduanera actual, ya que la meta principal que se busca es generar un servicio de mayor calidad y satisfacer con los requerimientos de los clientes.

#### 2.1.2 Diseño de investigación.

El diseño utilizado para lograr realización de la investigación, fue el diseño no experimental, Hernández et al. (2014) definen este diseño como aquel en el cual los investigadores no cuentan con la capacidad de influir de algún modo sobre las variables, y por lo tanto su función reside sobre todo en observar el comportamiento de estas en la realidad y medirlas para entender la forma en que se relacionan.

### 2.1.3 Variables.

- Variable dependiente: Competitividad
- Variables independientes: Gestión empresarial (Rendimiento del servicio, área de mercadeo y ventas, área financiera, área de gestión humana).

### 2.1.4 Población.

La población considerada en la presente investigación, está conformada por los agentes de aduanas que tengan su domicilio legal en el Callao, y que se encuentren registradas en el AAP, es así que el tamaño de la población es de 56 agentes de aduanas, según lo establece la Agencia de Agentes Aduaneros del Perú (2018), tal como se establece en el Anexo 3.

### 2.1.5 Muestra.

A partir de la población de agentes registradas en el AAP se determinó el tamaño de la muestra mediante un muestro aleatorio simple, dado que se eligieron a las empresas aleatoriamente sin considerar sesgo de selección.

$$n = \frac{NZ_{1-\alpha/2}^2 pq}{e^2(N-1) + Z_{1-\alpha/2}^2 pq}$$

Donde:

N= 56 agentes de aduanas

P=0.05

Q=0.95

$Z_{1-\alpha/2}^2 = 1.96$  (al 95% de confianza)

e= 0.05 (error)

n= tamaño de la muestra =23

Reemplazando los datos, el tamaño de la muestra corresponde a 23 empresas pertenecientes a la Asociación de Agentes de Aduanas, Callao.

Tabla 1

*Agentes de aduanas de la muestra de estudio*

Nº	NOMBRE DE LA EMPRESA	RUC
1	NEW WORLD ADUANAS	20501458679
2	W. MELCHOR S.A.C.	20264522952
3	AGENTES CORPORATIVOS	20504094571
4	LUMEN S.A.C	20109827071
5	UCL ADUANAS S.A.C	20209791359
6	POST MAR S.A.C	20122344143
7	AGENCIA DE ADUANA RRR DEL PACIFICO SAC	20419559459
8	JRC ADUANAS S.A	20536546732
9	FAZIO ADUANAS S.A.C	20502165942
10	EFRINSA AGENTES DE ADUANA	20505043015
11	UCL ADUANAS S.A.C	20209791359
12	CLP OPERADOR LOGÍSTICO S.A.C	20513144769
13	CALOS NUÑEZ JENKINS S.A	20100397383
14	DHL GLOBAL FORWARDING PERU S.A	20389395481
15	HANSA ADUANAS S.A	20518254970
16	DHL EXPRESS PERU S.A.C.	20385817836
17	MANEJOS INTERGRALES ADUANEROS S.A	20508624531
18	TECNOSUR S.A	20115866355
19	ADUANERAS CAPRICORNIO S.A	20269413931
20	DPA ADUANAS S.A.C	20551314651
21	HECTOR GONZALES SANDI AG.AF DE ADUANA S.A	20135627845
22	MACROMAR S.A AGENCIA DE ADUANA	20257094465
23	AGENCIA AFIANZADA DE ADUANA JKM S.A.C	20292566086

**2.1.6 Instrumentos de investigación.**

El instrumento que se empleó para la recolección de data fue el cuestionario (ubicado en el Anexo 2). García (2003) establece al cuestionario como un conjunto de preguntas que generalmente se encuentra compuesta por distintos tipos, y que ha sido preparado de manera sistemática y cuidadosa sobre los factores que competen a la investigación. El instrumento fue desarrollado sobre la base de investigaciones anteriores (Álvarez, 2017; Castillo, 2017; Muriel, 2017; Loayza & Curasma, 2014), por tanto, cuentan con soporte suficiente para su aplicación. Después de la revisión de la literatura se procedió a elaborar y adaptar los instrumentos (por cada variable) según las dimensiones establecidas en la investigación y posteriormente fueron validadas por expertos para asegurar su aplicación.

Asimismo, se desarrolló la confiabilidad de los instrumentos. La parte del instrumento de gestión empresarial obtuvo un alfa de Cronbach de 0.867; mientras que la parte del instrumento de competitividad arrojó un alfa de Cronbach de 0.899. En ambos casos son coeficientes aceptables que hacen que el instrumento sea altamente confiable.

### **2.1.7 Procedimientos de recolección de datos.**

La técnica que se empleó para realizar la recolección de datos fue la encuesta, Hernández et al. (2014), indica que luego de la selección del método, se procedió a la recolección de datos acorde a los atributos de la investigación. Con la información recolectada se realizó el contraste de las hipótesis utilizando los métodos estadísticos.

Por otra parte, Hernández et al. (2014) Indican que una escala de tipo Likert, está formada por un conjunto de ítems, y estos se encuentran ordenados de forma que sean afirmaciones o juicios, y sobre estos se pide la opinión de los participantes. Infiere entonces que cada ítem es presentado al sujeto para que este genere un juicio de valor sobre el mismo, escogiendo mayormente de entre cinco categorías y asignando a cada parte un valor numérico.

Se utilizó la prueba de rho de Spearman, tal como lo señalan Hernández et al. (2014), aplicable para datos no paramétricos de manera que sea posible verificar la relación e influencia entre las variables de estudio. El software de estudio fue SPSS v.25.0

## Capítulo III

### 3.1 Resultados

#### 3.1.1 Presentación de resultados.

##### 3.1.1.1 Gestión empresarial.

La variable gestión empresarial se compuso por cuatro dimensiones: i) mercadeo y ventas, ii) área financiera, iii) gestión humana, y iv) rendimiento del servicio.

##### i) Mercadeo y ventas

Tabla 2

1. Se logra el cumplimiento de presupuesto de ventas de la empresa

Valoración	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Totalmente en desacuerdo	0	0.00	0.00
En desacuerdo	1	4.35	4.35
Indiferente	4	17.39	21.74
De acuerdo	16	69.57	91.30
Totalmente de acuerdo	2	8.70	100.00
Total	23	100.00	

Fuente: En base a la información obtenida del cuestionario "Gestión empresarial y competitividad de la Asociación de Agentes de Aduanas, Callao - 2018"

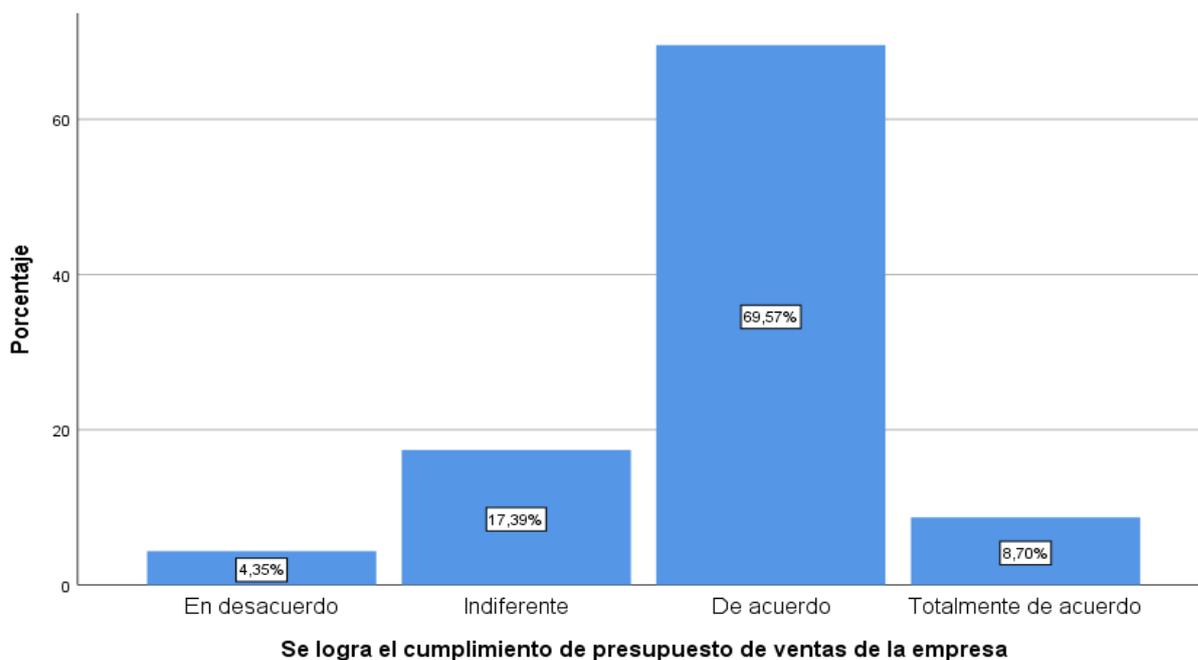


Figura 6. Se logra el cumplimiento de presupuesto de ventas de la empresa.

## Análisis

Los resultados respecto a la primera afirmación de la variable gestión empresarial mostrados en la Tabla 2 indican que el 4.35% consideraron estar en desacuerdo con el cumplimiento de presupuesto. Asimismo, el 17.39% considera una valoración indiferente. En mayor medida, el 69.57% señala estar de acuerdo y un 8.70% se mantiene totalmente de acuerdo.

Tabla 3

### 2. La empresa lanza nuevos productos de manera constante

Valoración	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Totalmente en desacuerdo	0	0.00	0.00
En desacuerdo	2	8.70	8.70
Indiferente	8	34.78	43.48
De acuerdo	12	52.17	95.65
Totalmente de acuerdo	1	4.35	100.00
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100.00</b>	

Fuente: En base a la información obtenida del cuestionario "Gestión empresarial y competitividad de la Asociación de Agentes de Aduanas, Callao - 2018"

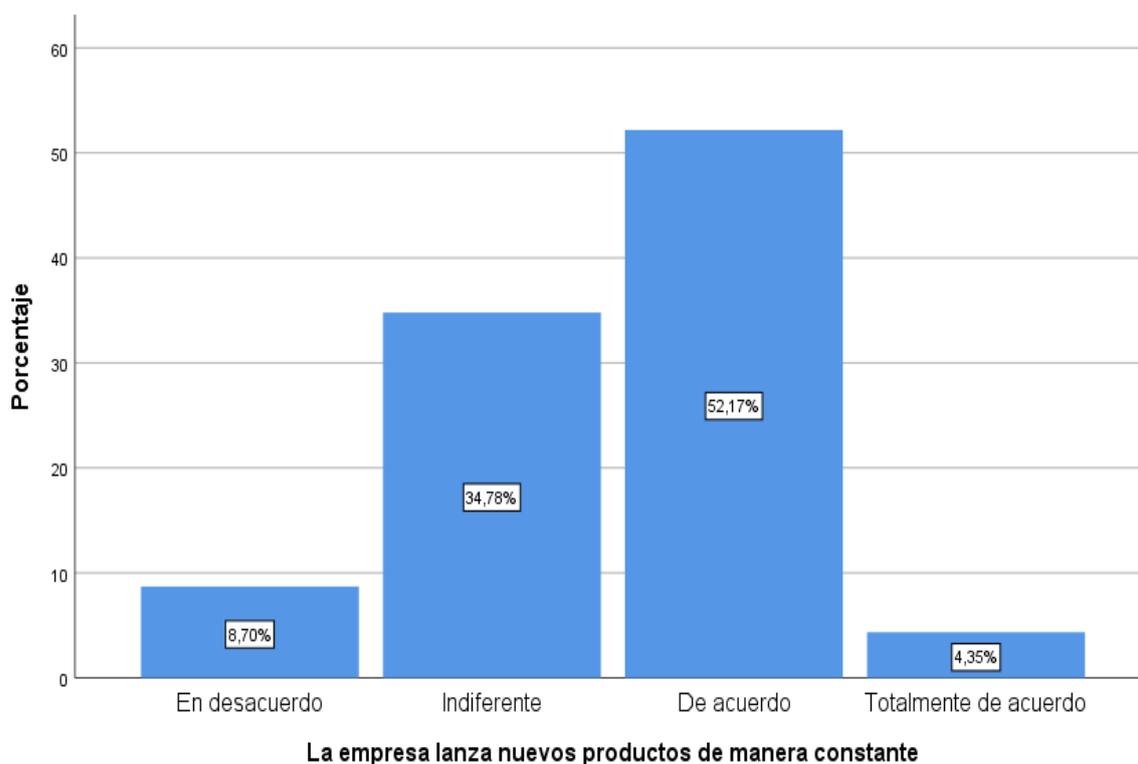


Figura 7. La empresa lanza nuevos productos de manera constante.

## Análisis

Respecto a la segunda afirmación “**La empresa lanza nuevos productos de manera constante**” presentado en la Tabla 3, el 8.70% se mostraron en desacuerdo. Además, el 34.78% se mantiene indiferente frente a la valoración de la afirmación. Por otra parte, el 52.17% presenta una valoración de estar de acuerdo y un 4.35% indica estar totalmente de acuerdo.

Tabla 4

### 3. La empresa constantemente cuenta con nuevas líneas de negocio

Valoración	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Totalmente en desacuerdo	0	0.00	0.00
En desacuerdo	3	13.04	13.04
Indiferente	5	21.74	34.78
De acuerdo	13	56.52	91.30
Totalmente de acuerdo	2	8.70	100.00
Total	23	100.00	

Fuente: En base a la información obtenida del cuestionario “Gestión empresarial y competitividad de la Asociación de Agentes de Aduanas, Callao - 2018”

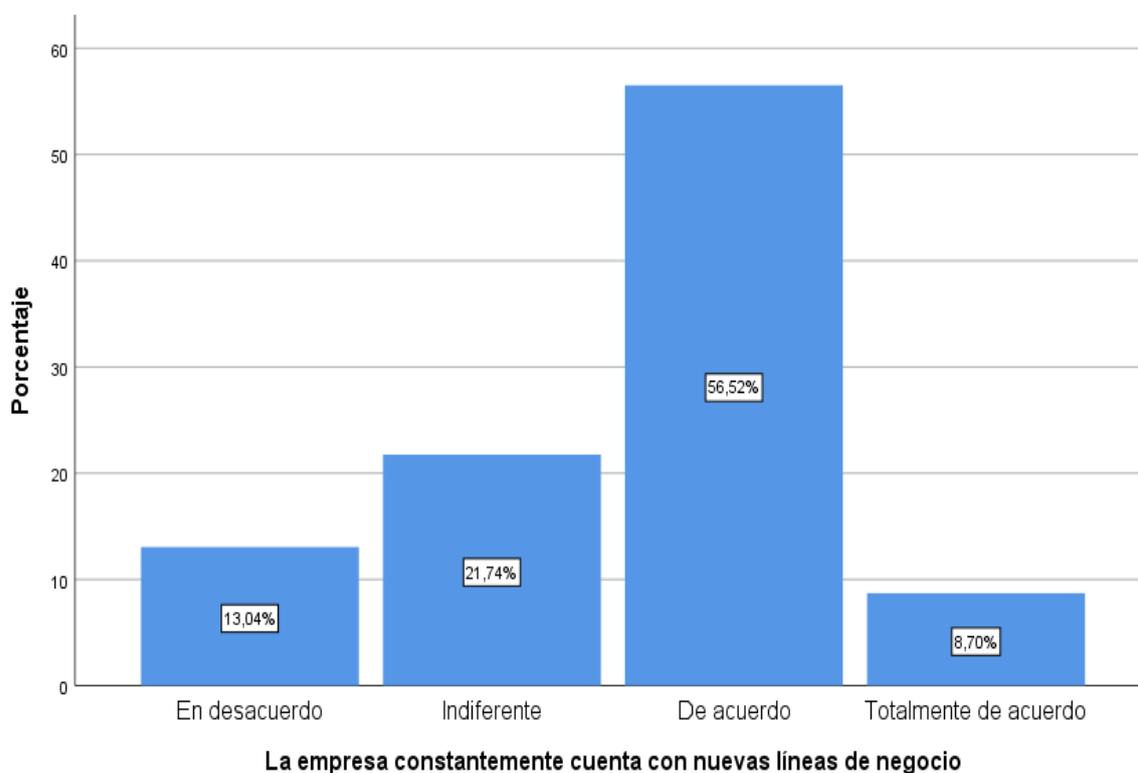


Figura 8. La empresa constantemente cuenta con nuevas líneas de negocio.

## Análisis

En la Tabla 4 se observa que el 13.04% valoraron estar en desacuerdo. El 34.78% de las empresas se muestra indiferente en relación con la afirmación realizada. No obstante, la mayoría de las empresas, el 56.52% está de acuerdo con la afirmación y un 8.70% se muestra totalmente de acuerdo.

Tabla 5

### 4. La empresa logra obtener clientes nuevos en cada periodo

Valoración	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Totalmente en desacuerdo	0	0.00	0.00
En desacuerdo	0	0.00	0.00
Indiferente	1	4.35	4.35
De acuerdo	16	69.57	73.91
Totalmente de acuerdo	6	26.09	100.00
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100.00</b>	

Fuente: En base a la información obtenida del cuestionario “Gestión empresarial y competitividad de la Asociación de Agentes de Aduanas, Callao - 2018”

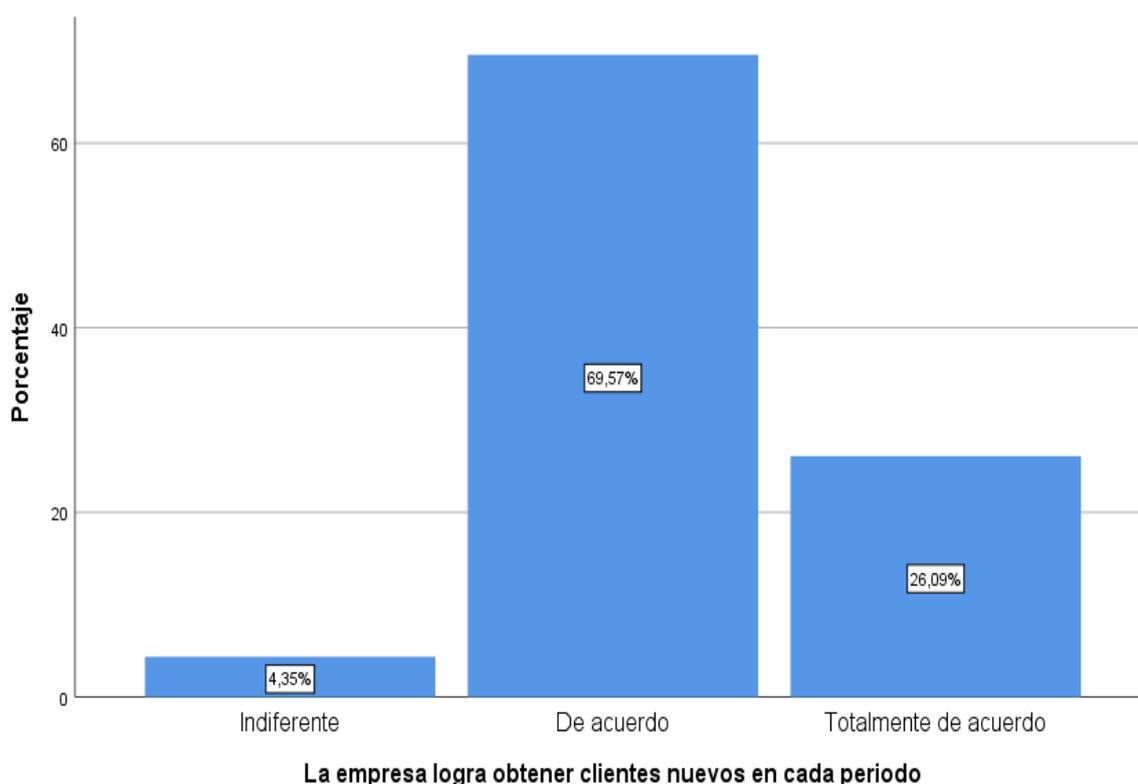


Figura 9. La empresa logra obtener clientes nuevos en cada periodo.

## Análisis

La Tabla 5 presenta los resultados de la afirmación “**La empresa logra obtener clientes nuevos en cada periodo**” y se encontró que solo el 4.35% se inclinaron por una valoración indiferente. El mayor porcentaje de las empresas (69.57%) mostró estar de acuerdo con la afirmación, mientras que un 26.09% indicó estar totalmente de acuerdo.

Tabla 6

5. La empresa logra superar el porcentaje de ventas del periodo anterior

Valoración	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Totalmente en desacuerdo	0	0.00	0.00
En desacuerdo	2	8.70	8.70
Indiferente	3	13.04	21.74
De acuerdo	18	78.26	100.00
Totalmente de acuerdo	0	0.00	100.00
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100.00</b>	

Fuente: En base a la información obtenida del cuestionario “Gestión empresarial y competitividad de la Asociación de Agentes de Aduanas, Callao - 2018”

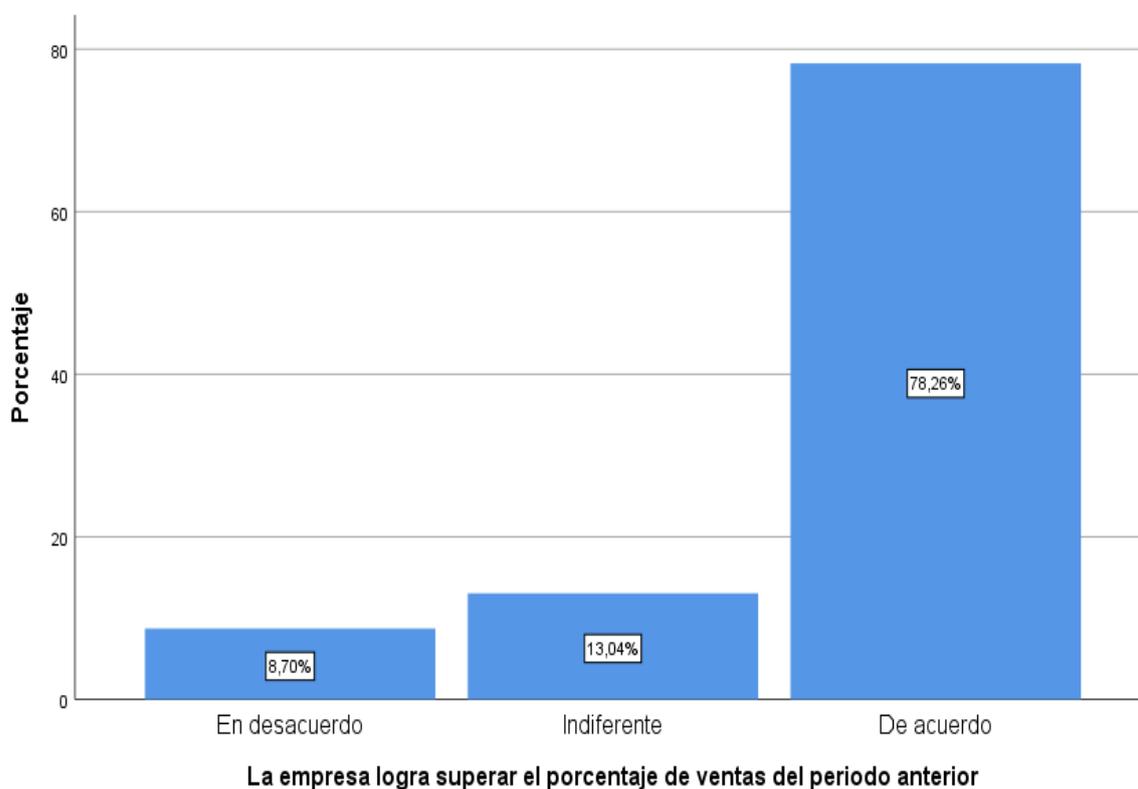


Figura 10. La empresa logra superar el porcentaje de ventas del periodo anterior.

## Análisis

En relación con la afirmación “**La empresa logra superar el porcentaje de ventas del periodo anterior**” presentada en la Tabla 6, el 8.70% mencionó estar en desacuerdo. De forma intermedia, el 13.04% de las empresas indicaron indiferencia respecto a la afirmación. Por otra parte, el 78.26% de las empresas mencionó estar de acuerdo con la afirmación, y ninguno aludió estar totalmente de acuerdo.

En general, los resultados de la dimensión mercado y ventas señalan que las empresas agentes de aduanas registradas en el AAP presentan un nivel de cumplimiento de presupuesto adecuado; asimismo, la mayoría de empresas suelen lanzar nuevos productos de forma continua, así como líneas de negocio; también se ha identificado que las empresas se enfocan en obtener nuevos clientes en cada periodo, de la misma manera logran superar el porcentaje de ventas.

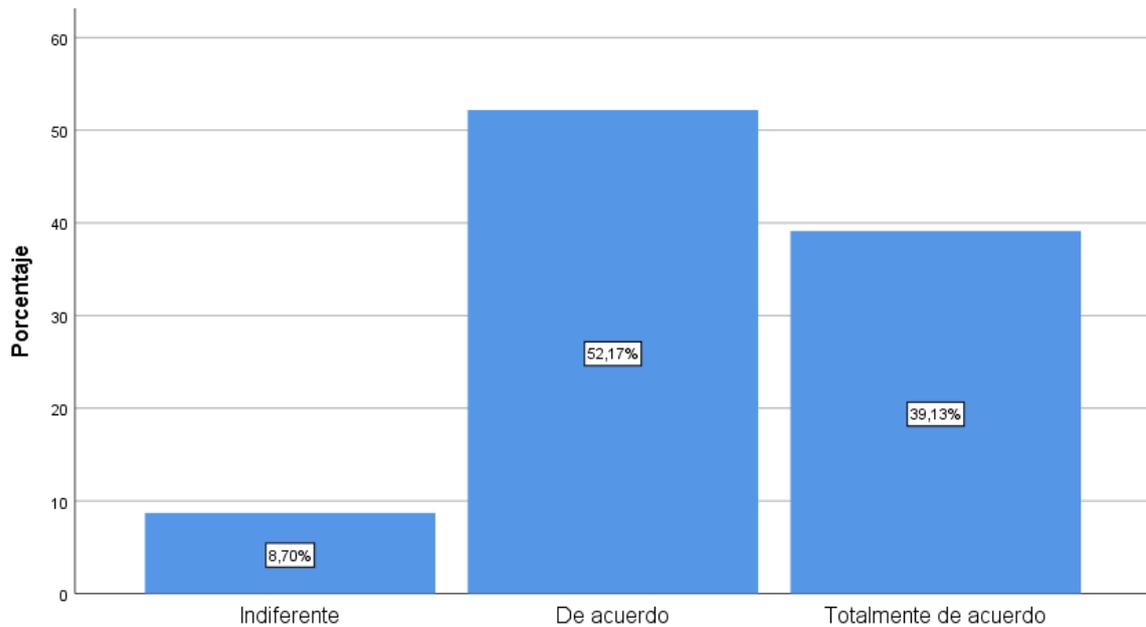
### ii) Área financiera

Tabla 7

6. El endeudamiento total de la empresa se encuentra en un grado aceptable

Valoración	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Totalmente en desacuerdo	0	0.00	0.00
En desacuerdo	0	0.00	0.00
Indiferente	2	8.70	8.70
De acuerdo	12	52.17	60.87
Totalmente de acuerdo	9	39.13	100.00
Total	23	100.00	

Fuente: En base a la información obtenida del cuestionario “Gestión empresarial y competitividad de la Asociación de Agentes de Aduanas, Callao - 2018”



**El endeudamiento total de la empresa se encuentra en un grado aceptable**

Figura 11. El endeudamiento total de la empresa se encuentra en un grado aceptable.

Análisis

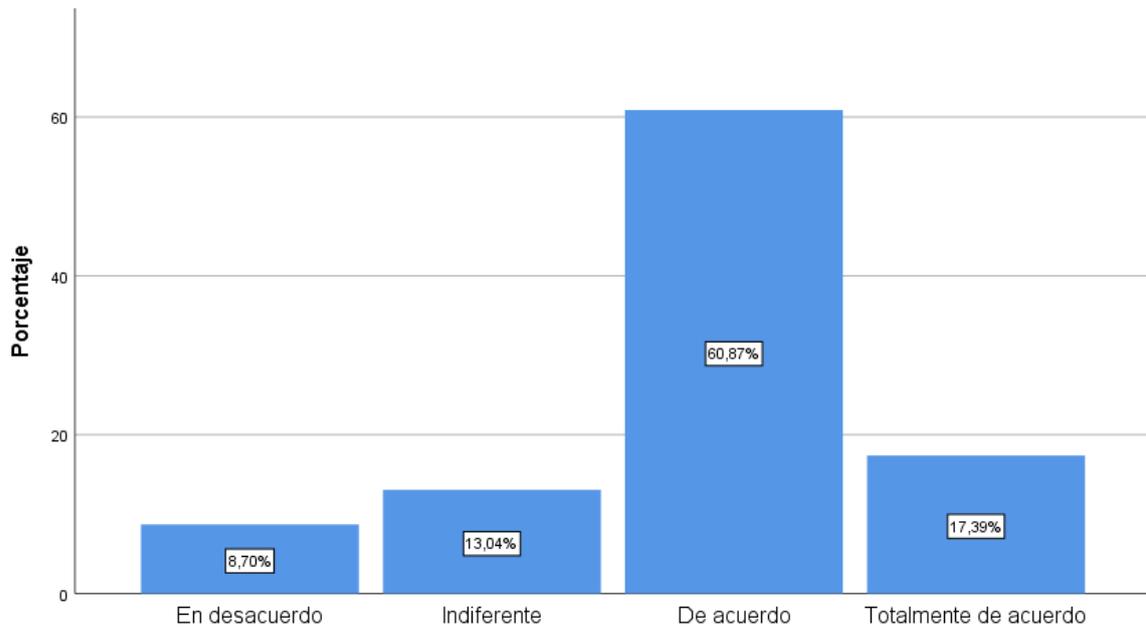
Los resultados respecto a la afirmación **“El endeudamiento total de la empresa se encuentra en un grado aceptable”** mostrados en la Tabla 7 indica que de las empresas estuvo totalmente en desacuerdo, así como estar en desacuerdo. Asimismo, el 8.70% considera una valoración indiferente respecto a que la empresa mantiene el nivel de endeudamiento en un nivel estable. En mayor medida, el 52.17% señala estar de acuerdo y un 39.13% se mantiene totalmente de acuerdo.

Tabla 8

7. La cobertura de intereses de la empresa se logra en su totalidad

Valoración	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Totalmente en desacuerdo	0	0.00	0.00
En desacuerdo	0	0.00	0.00
Indiferente	3	13.04	21.74
De acuerdo	14	60.87	82.61
Totalmente de acuerdo	4	17.39	100.00
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100.00</b>	

Fuente: En base a la información obtenida del cuestionario “Gestión empresarial y competitividad de la Asociación de Agentes de Aduanas, Callao - 2018”



La cobertura de intereses de la empresa se logra en su totalidad

Figura 12. La cobertura de intereses de la empresa se logra en su totalidad.

#### Análisis

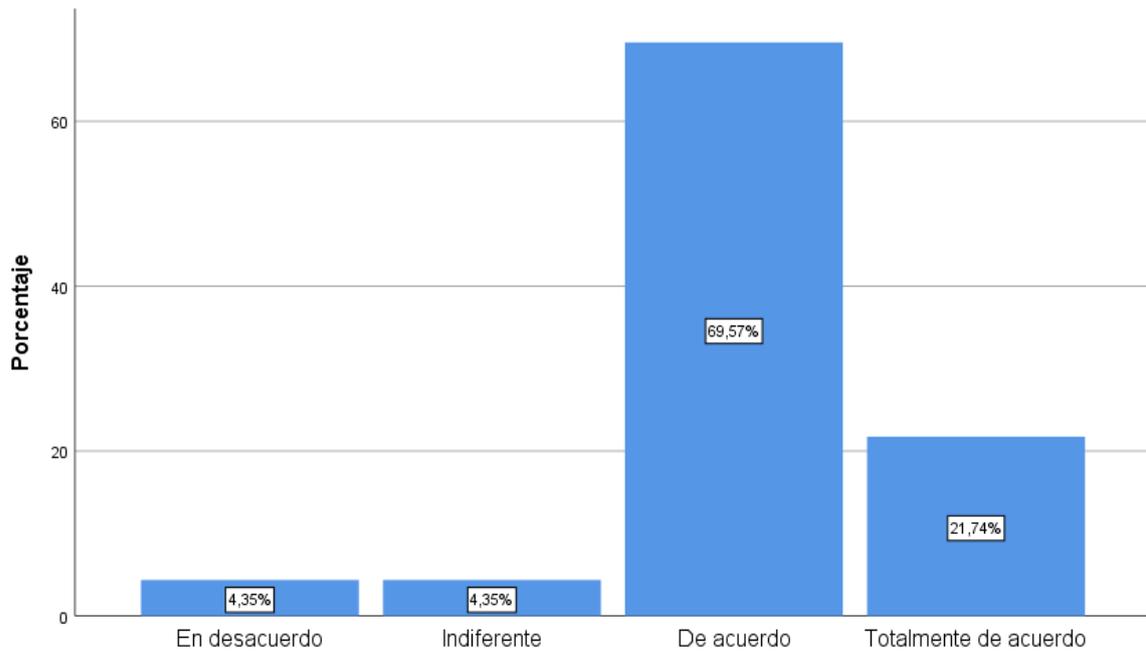
Respecto a la afirmación “**La cobertura de intereses de la empresa se logra en su totalidad**” presentado en la Tabla 8, el 13.04% se mantuvo indiferente frente a la valoración de la afirmación. Por otra parte, el 60.87% presenta una valoración de estar de acuerdo y un 17.39% indica estar totalmente de acuerdo.

#### Tabla 9

8. La rentabilidad patrimonial que logra la empresa es suficiente para su funcionamiento

Valoración	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Totalmente en desacuerdo	0	0.00	0.00
En desacuerdo	1	4.35	4.35
Indiferente	1	4.35	8.70
De acuerdo	16	69.57	78.26
Totalmente de acuerdo	5	21.74	100.00
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100.00</b>	

Fuente: En base a la información obtenida del cuestionario “Gestión empresarial y competitividad de la Asociación de Agentes de Aduanas, Callao - 2018”



**La rentabilidad patrimonial que logra la empresa es suficiente para su funcionamiento**

*Figura 13.* La rentabilidad patrimonial que logra la empresa es suficiente para su funcionamiento.

#### Análisis

En la Tabla 9 se observa que el 4.35% valoraron estar en desacuerdo respecto a la afirmación referente a si la empresa una rentabilidad patrimonial suficiente para su funcionamiento. Asimismo, el 4.35% de los encuestados se muestra indiferente en relación con la afirmación realizada. No obstante, la mayoría de los encuestados, el 69.57% está de acuerdo con la afirmación y un 21.74% se muestra totalmente de acuerdo.

Tabla 10

**9. La empresa logra la ejecución presupuestal de sus gastos**

Valoración	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Totalmente en desacuerdo	0	0.00	0.00
En desacuerdo	1	4.35	4.35
Indiferente	0	0.00	0.00
De acuerdo	17	73.91	78.26
Totalmente de acuerdo	5	21.74	100.00
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100.00</b>	

Fuente: En base a la información obtenida del cuestionario "Gestión empresarial y competitividad de la Asociación de Agentes de Aduanas, Callao - 2018"

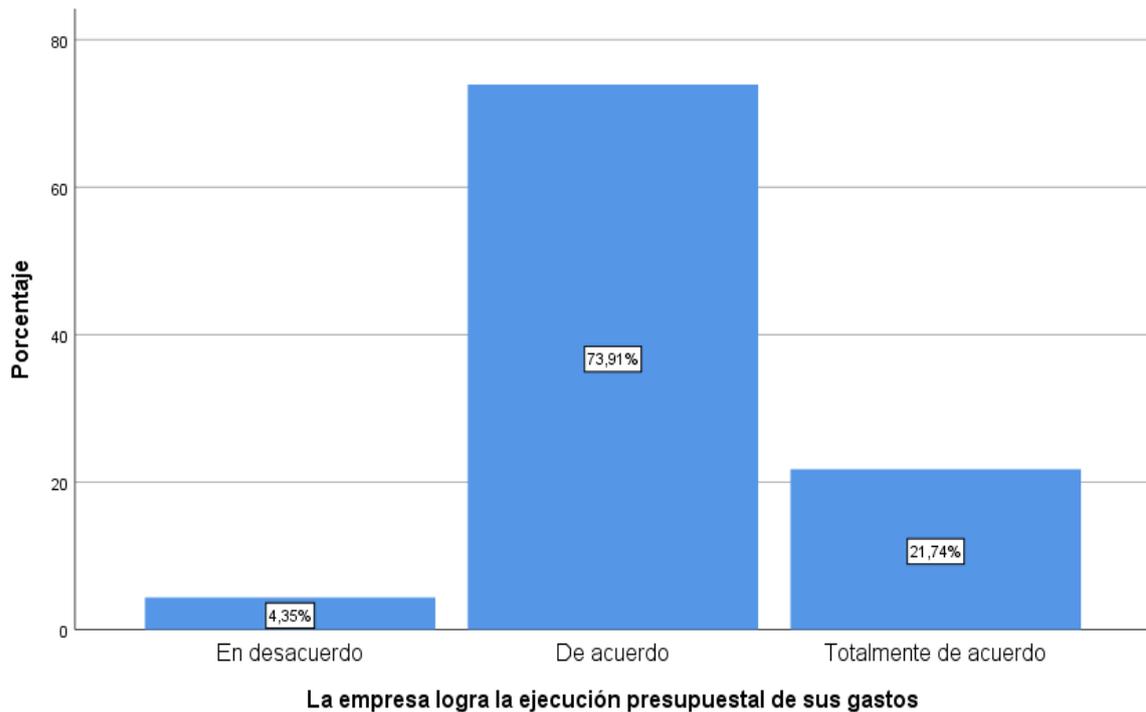


Figura 14. La empresa logra la ejecución presupuestal de sus gastos.

#### Análisis

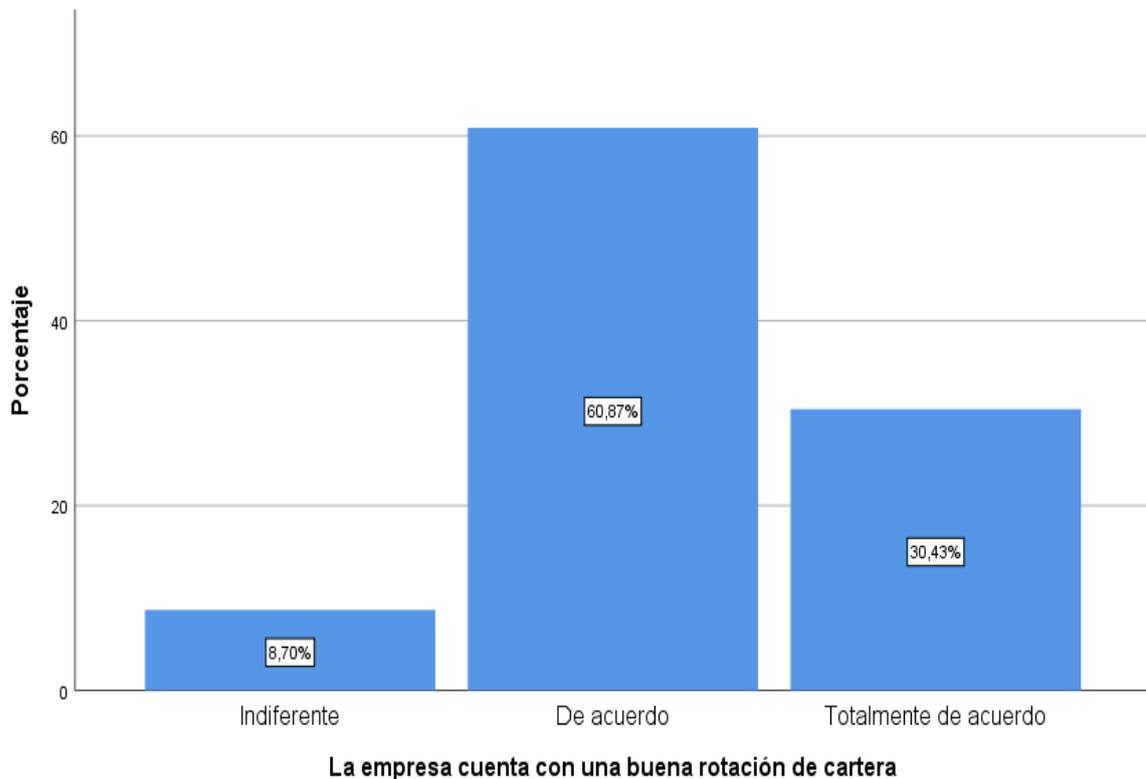
La Tabla 10 presenta los resultados de la afirmación “**La empresa logra la ejecución presupuestal de sus gastos**” y se encontró que el 4.35% se mostró en desacuerdo. Además, ninguno de los encuestados optó por una valoración indiferente. El mayor porcentaje de los encuestados (73.91%) mostró estar de acuerdo con la afirmación, mientras que un 21.74% indicó estar totalmente de acuerdo.

Tabla 11

10. La empresa cuenta con una buena rotación de cartera

Valoración	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Totalmente en desacuerdo	0	0.00	0.00
En desacuerdo	0	0.00	0.00
Indiferente	2	8.70	8.70
De acuerdo	14	60.87	69.57
Totalmente de acuerdo	7	30.43	100.00
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100.00</b>	

Fuente: En base a la información obtenida del cuestionario “Gestión empresarial y competitividad de la Asociación de Agentes de Aduanas, Callao - 2018”



*Figura 15.* La empresa cuenta con una buena rotación de cartera.

#### Análisis

En relación con la afirmación “**La empresa cuenta con una buena rotación de cartera**” presentada en la Tabla 11, el 8.70% de los encuestados establecieron ser indiferentes respecto a la afirmación. Por otra parte, el 60.87% de los encuestados mencionó estar de acuerdo con la afirmación, y un 30.43% aludió estar totalmente de acuerdo.

Al respecto, los resultados del área financiera indican que las empresas agentes de aduanas mantienen un nivel de endeudamiento en un grado aceptable logrando cubrir los intereses en su totalidad. Por otro lado, la rentabilidad patrimonial que obtiene las empresas es suficiente para su funcionamiento. De igual forma se encontrado que las empresas en su mayoría logran la ejecución presupuestal de sus gastos y cuentan con buena rotación de cartera.

iii) *Gestión humana*

Tabla 12

11. *La rotación de personal de la empresa es baja*

Valoración	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Totalmente en desacuerdo	0	0.00	0.00
En desacuerdo	0	0.00	0.00
Indiferente	0	0.00	0.00
De acuerdo	15	65.22	65.22
Totalmente de acuerdo	8	34.78	100.00
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100.00</b>	

Fuente: En base a la información obtenida del cuestionario “Gestión empresarial y competitividad de la Asociación de Agentes de Aduanas, Callao - 2018”

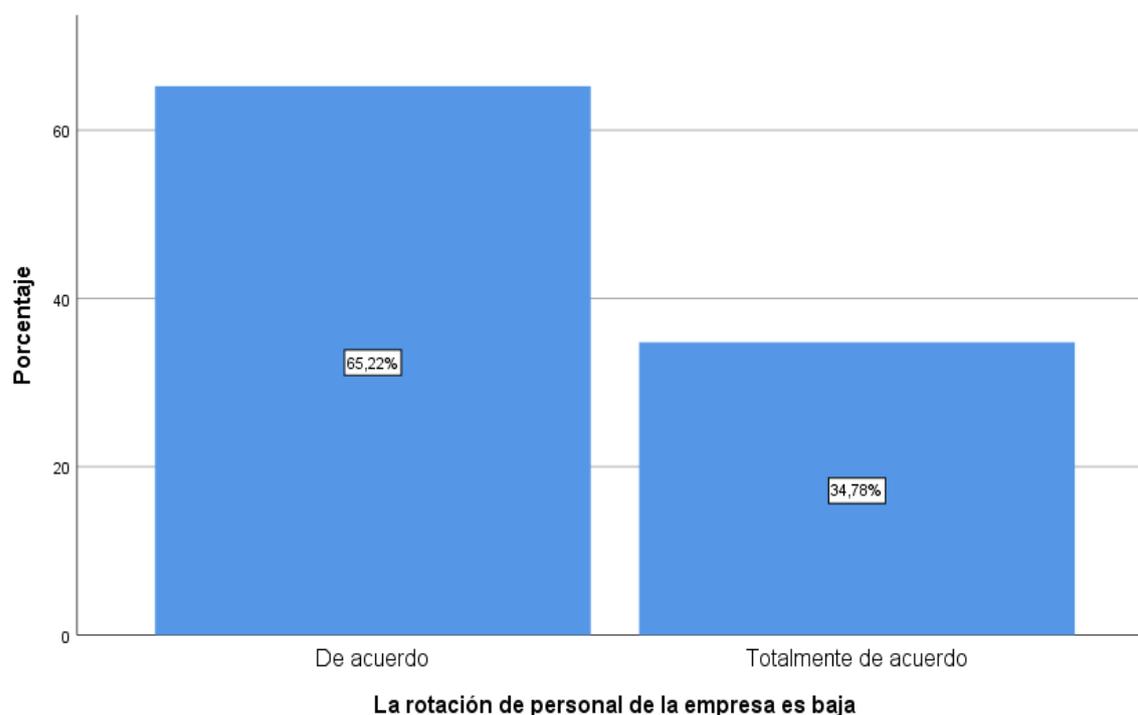


Figura 16. La rotación de personal de la empresa es baja.

Análisis

Los resultados mostrados en la Tabla 12 indican que ninguno de los encuestados estuvo totalmente en desacuerdo, en desacuerdo o indiferente respecto a que la rotación de la empresa es baja. Sin embargo, en mayor medida, el 65.22% señala estar de acuerdo y un 34.78% se mantiene totalmente de acuerdo.

Tabla 13

12. El bienestar social de los empleados de la empresa es bueno

Valoración	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Totalmente en desacuerdo	0	0.00	0.00
En desacuerdo	0	0.00	0.00
Indiferente	0	0.00	0.00
De acuerdo	15	65.22	65.22
Totalmente de acuerdo	8	34.78	100.00
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100.00</b>	

Fuente: En base a la información obtenida del cuestionario “Gestión empresarial y competitividad de la Asociación de Agentes de Aduanas, Callao - 2018”

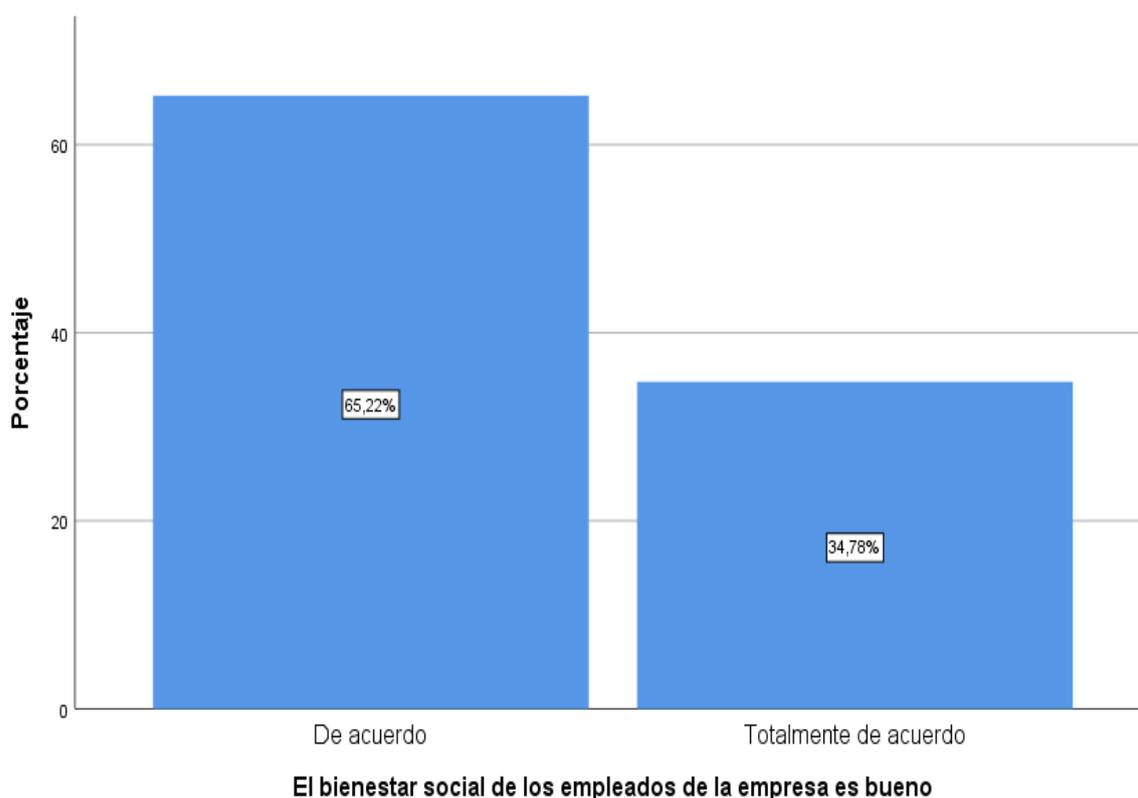


Figura 17. El bienestar social de los empleados de la empresa es bueno.

Análisis

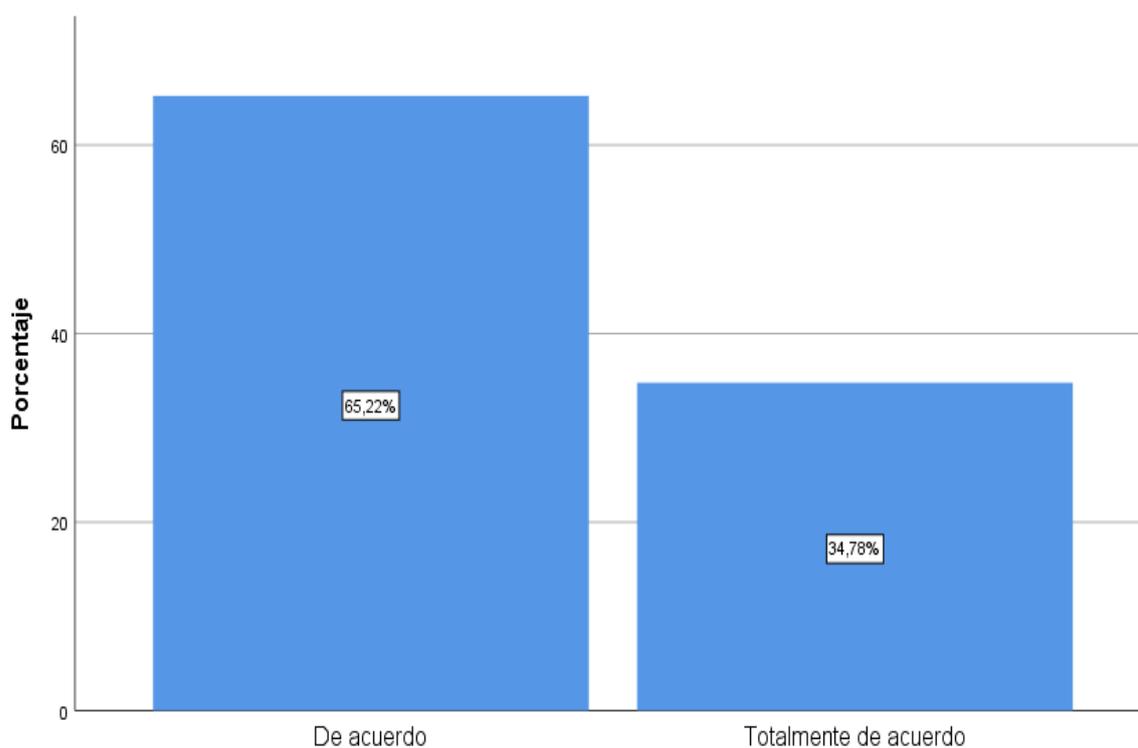
Respecto a la afirmación “**El bienestar social de los empleados de la empresa es bueno**” presentado en la Tabla 13, 65.22% presenta una valoración de estar de acuerdo y un 34.78% indica estar totalmente de acuerdo.

Tabla 14

**13. La capacitación de personal de los empleados de la empresa es constante**

Valoración	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Totalmente en desacuerdo	0	0.00	0.00
En desacuerdo	0	0.00	0.00
Indiferente	0	0.00	0.00
De acuerdo	15	65.22	65.22
Totalmente de acuerdo	8	34.78	100.00
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100.00</b>	

Fuente: En base a la información obtenida del cuestionario “Gestión empresarial y competitividad de la Asociación de Agentes de Aduanas, Callao - 2018”



**La capacitación de personal de los empleados de la empresa es constante**

**Figura 18.** La capacitación de personal de los empleados de la empresa es constante.

**Análisis**

En la Tabla 14 se observa que ninguno de los encuestados estuvo totalmente en desacuerdo, en desacuerdo o indiferente respecto a la afirmación referente a si la capacitación de personal es constante. No obstante, la mayoría de los encuestados, el 65.22% menciona que está de acuerdo con la afirmación y un 34.78% se muestra totalmente de acuerdo.

Tabla 15

14. El ausentismo por accidentes de los empleados de la empresa es mínimo

Valoración	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Totalmente en desacuerdo	0	0.00	0.00
En desacuerdo	0	0.00	0.00
Indiferente	1	4.35	4.35
De acuerdo	15	65.22	69.57
Totalmente de acuerdo	7	30.43	100.00
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100.00</b>	

Fuente: En base a la información obtenida del cuestionario “Gestión empresarial y competitividad de la Asociación de Agentes de Aduanas, Callao - 2018”

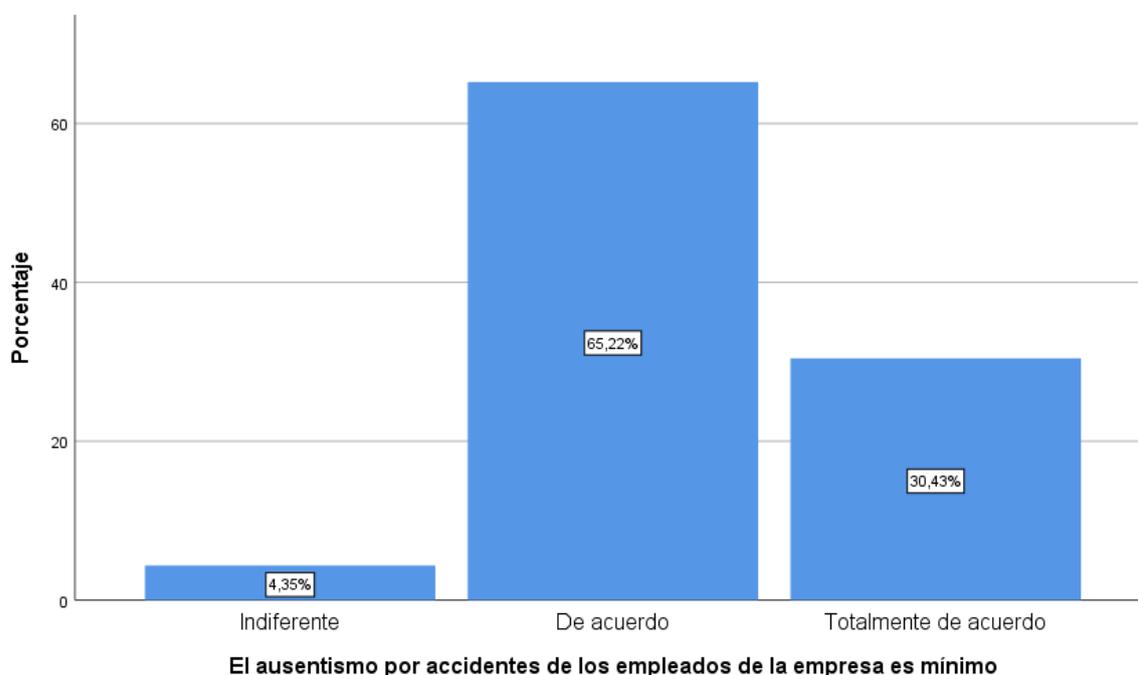


Figura 19. El ausentismo por accidentes de los empleados de la empresa es mínimo.

Análisis

La Tabla 15 presenta los resultados de la afirmación “**El ausentismo por accidentes de los empleados de la empresa es mínimo**” y se encontró que el 4.35% de los encuestados se inclinaron por una valoración indiferente. El mayor porcentaje de los encuestados (64.22%) señaló estar de acuerdo con la afirmación, mientras que un 30.43% indicó estar totalmente de acuerdo.

Tabla 16

15. La eficiencia laboral de los empleados es alta

Valoración	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Totalmente en desacuerdo	0	0.00	0.00
En desacuerdo	0	0.00	0.00
Indiferente	1	4.35	4.35
De acuerdo	18	78.26	82.61
Totalmente de acuerdo	4	17.39	100.00
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100.00</b>	

Fuente: En base a la información obtenida del cuestionario “Gestión empresarial y competitividad de la Asociación de Agentes de Aduanas, Callao - 2018”

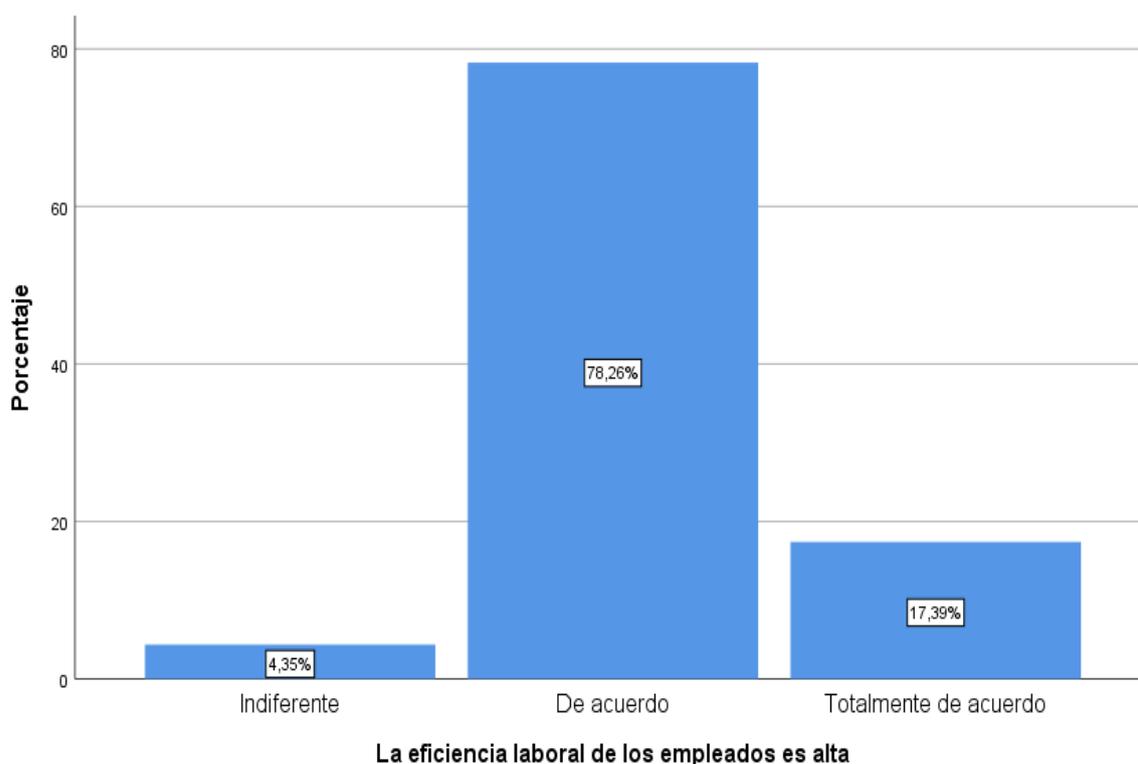


Figura 20. La eficiencia laboral de los empleados es alta.

Análisis

En relación con la afirmación “**La eficiencia laboral de los empleados es alta**” presentada en la Tabla 16, ningún encuestado se inclinó por estar totalmente en desacuerdo o estar en desacuerdo. De forma intermedia, el 4.35% de los encuestados indicaron indiferencia respecto a la afirmación. Por otra parte, el 78.26% de los encuestados mencionó estar de acuerdo con la afirmación, y el 17.39% aludió estar totalmente de acuerdo.

En relación a la dimensión gestión humana se evidenció que las empresas presentan un nivel de rotación baja manteniendo un nivel de bienestar social apropiado. Asimismo, las empresas aseguran que la capacitación de personal es constante y que no se tienen accidentes laborales, toda vez que la eficiencia laboral de los empleados se mantiene en niveles altos.

iv) *Rendimiento del servicio*

Tabla 17

16. Siempre existe disponibilidad para tomar nuevos servicios

Valoración	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Totalmente en desacuerdo	0	0.00	0.00
En desacuerdo	1	4.35	4.35
Indiferente	2	8.70	13.04
De acuerdo	12	52.17	65.22
Totalmente de acuerdo	8	34.78	100.00
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100.00</b>	

Fuente: En base a la información obtenida del cuestionario “Gestión empresarial y competitividad de la Asociación de Agentes de Aduanas, Callao - 2018”

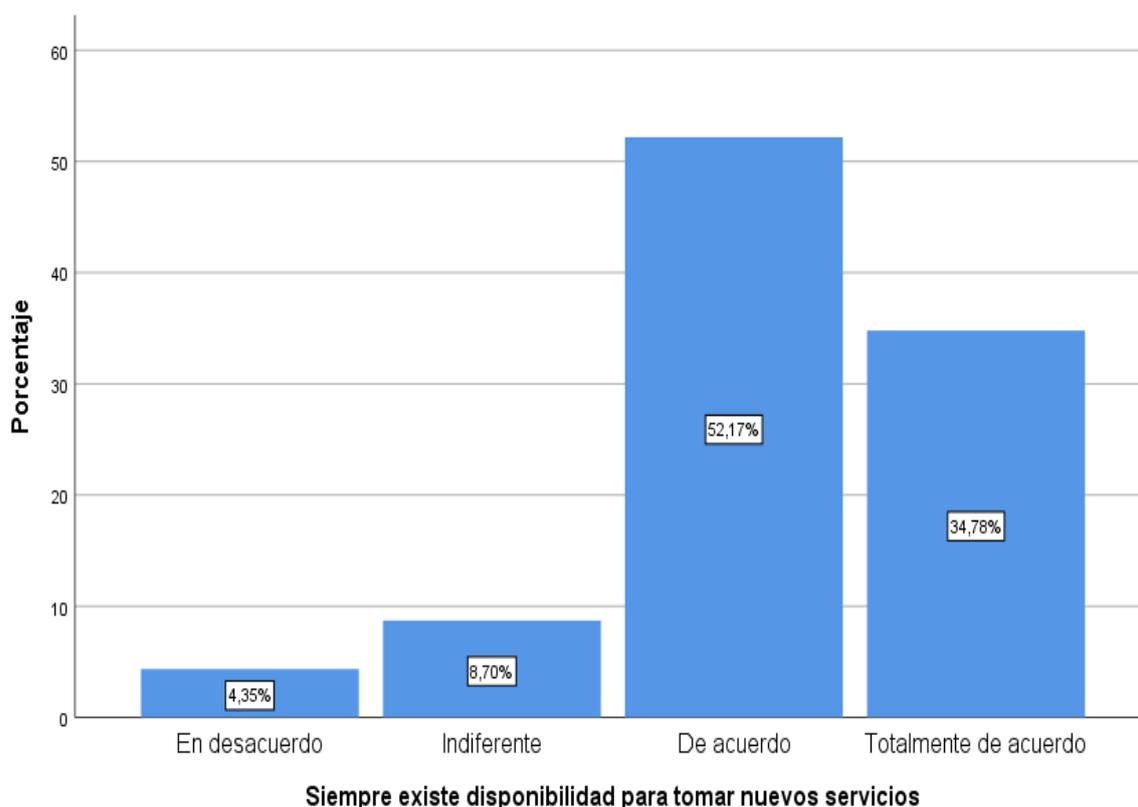


Figura 21. Siempre existe disponibilidad para tomar nuevos servicios.

## Análisis

Los resultados respecto a la afirmación de disponibilidad para tomar nuevos servicios en la Tabla 17, indica que el 4.35% de los encuestados consideraron estar en desacuerdo con la afirmación. Asimismo, el 8.70% considera una valoración indiferente. En mayor medida, el 52.17% señala estar de acuerdo y un 34.78% se mantiene totalmente de acuerdo.

Tabla 18

17. El rendimiento del servicio se mantiene siempre en un nivel alto

Valoración	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Totalmente en desacuerdo	0	0.00	0.00
En desacuerdo	0	0.00	0.00
Indiferente	2	8.70	8.70
De acuerdo	16	69.57	78.26
Totalmente de acuerdo	5	21.74	100.00
Total	23	100.00	

Fuente: En base a la información obtenida del cuestionario "Gestión empresarial y competitividad de la Asociación de Agentes de Aduanas, Callao - 2018"

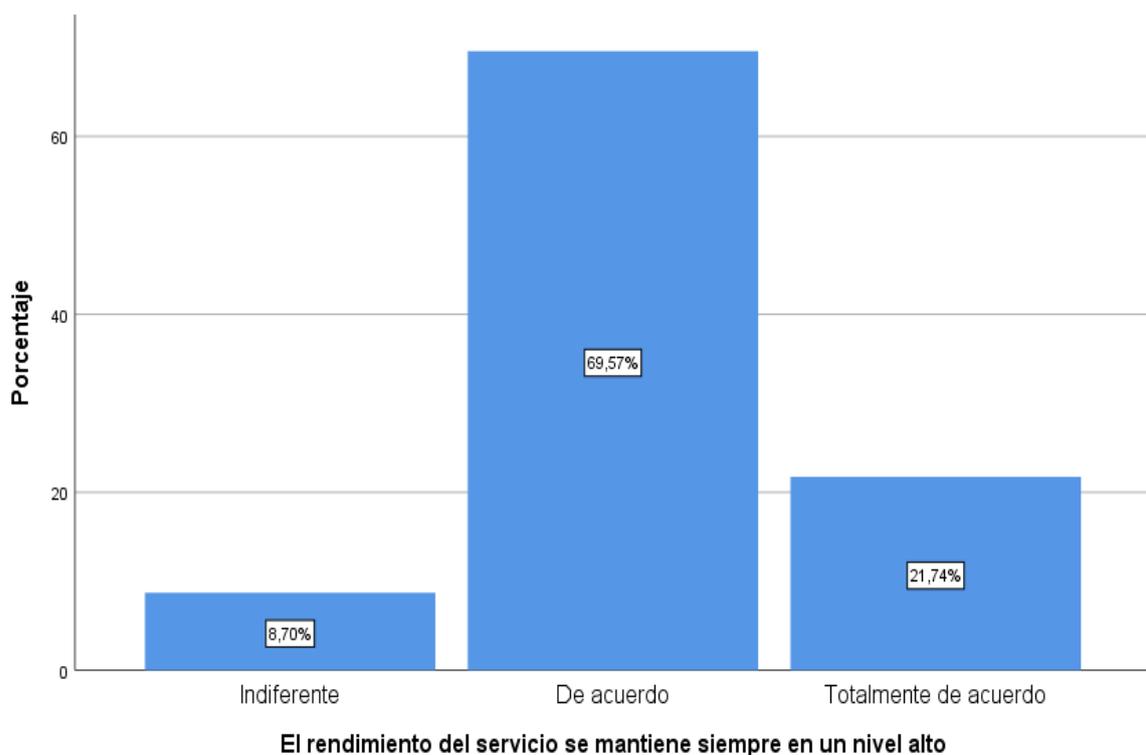


Figura 22. El rendimiento del servicio se mantiene siempre en un nivel alto.

## Análisis

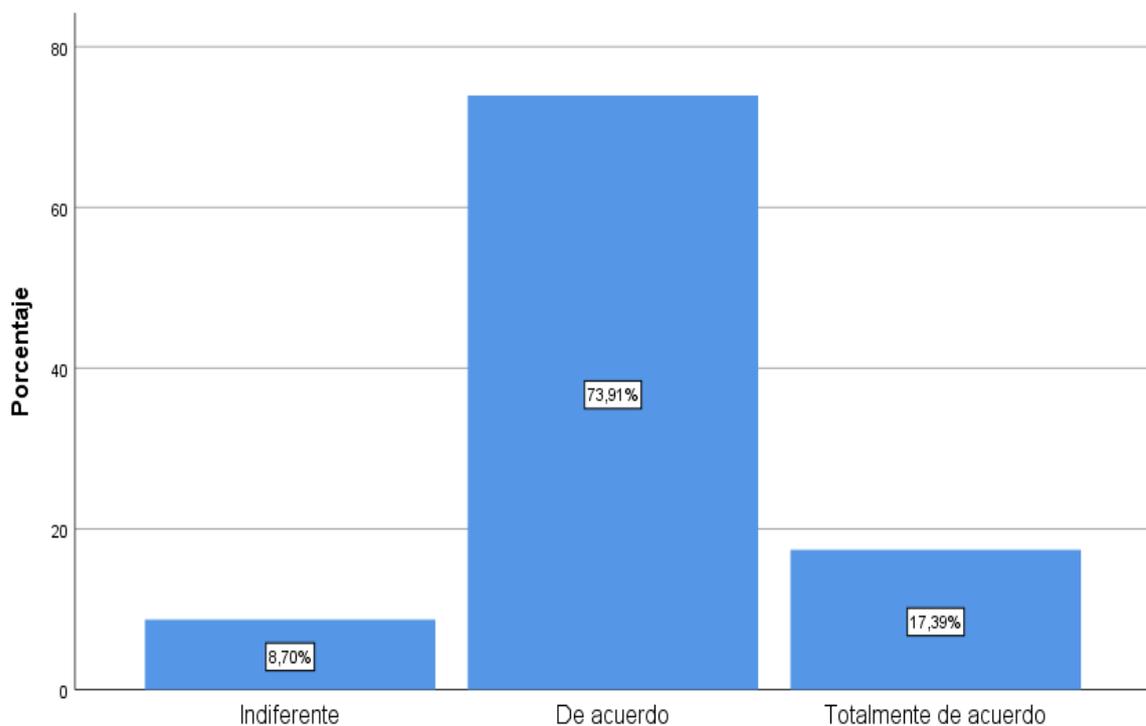
Respecto a la afirmación “**El rendimiento del servicio se mantiene siempre en un nivel alto**” presentado en la Tabla 18, el 0% de los encuestados estuvo totalmente en desacuerdo o en desacuerdo. Además, el 8.70% se mantiene indiferente frente a la valoración de la afirmación. Por otra parte, el 69.57% presenta una valoración de estar de acuerdo y un 21.74% indica estar totalmente de acuerdo.

Tabla 19

18. La calidad del servicio de la empresa satisface los requerimientos del cliente

Valoración	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Totalmente en desacuerdo	0	0.00	0.00
En desacuerdo	0	0.00	0.00
Indiferente	2	8.70	8.70
De acuerdo	17	73.91	82.61
Totalmente de acuerdo	4	17.39	100.00
Total	23	100.00	

Fuente: En base a la información obtenida del cuestionario “Gestión empresarial y competitividad de la Asociación de Agentes de Aduanas, Callao - 2018”



La calidad del servicio de la empresa satisface los requerimientos del cliente

Figura 23. La calidad del servicio de la empresa satisface los requerimientos del cliente.

## Análisis

En la Tabla 19 se observa que ninguno de los encuestados estuvo totalmente en desacuerdo o en desacuerdo respecto a la afirmación referente a si la empresa satisface los requerimientos del cliente. El 8.70% de los encuestados se muestra indiferente en relación con la afirmación realizada. No obstante, la mayoría de los encuestados, el 73.91% está de acuerdo con la afirmación y un 17.39% se muestra totalmente de acuerdo.

Tabla 20

19. La empresa cumple la realización del servicio con efectividad

Valoración	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Totalmente en desacuerdo	0	0.00	0.00
En desacuerdo	0	0.00	0.00
Indiferente	0	0.00	0.00
De acuerdo	16	69.57	69.57
Totalmente de acuerdo	7	30.43	100.00
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100.00</b>	

Fuente: En base a la información obtenida del cuestionario “Gestión empresarial y competitividad de la Asociación de Agentes de Aduanas, Callao - 2018”

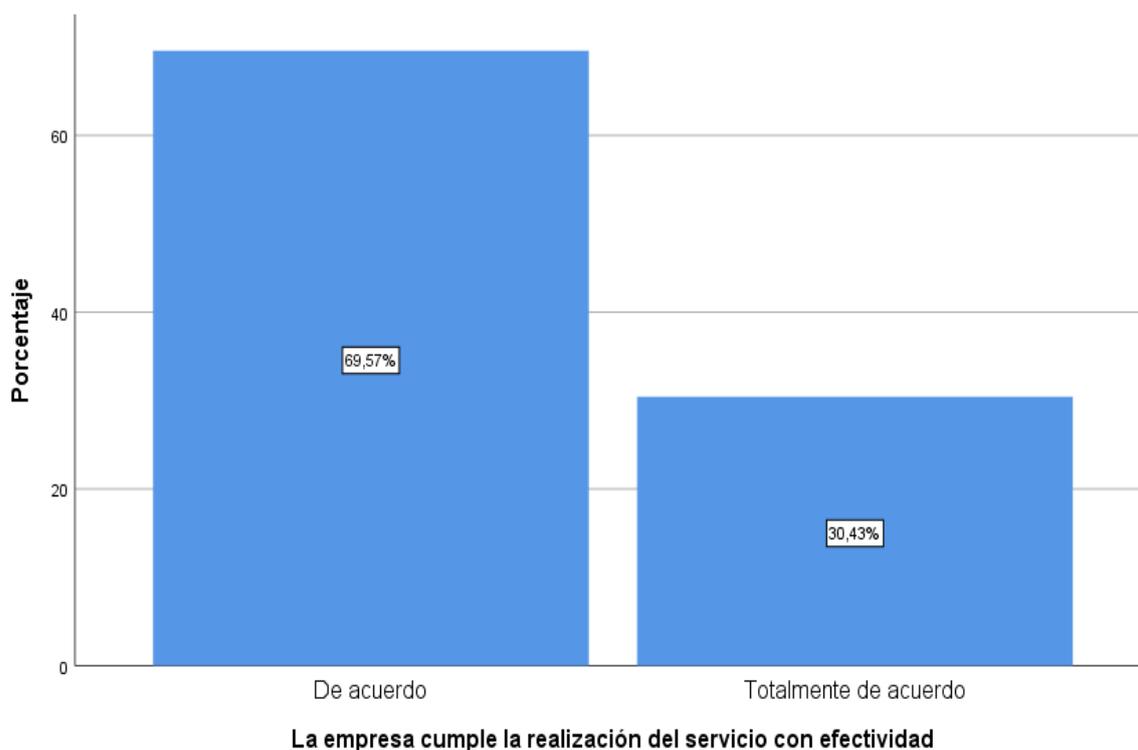


Figura 24. La empresa cumple la realización del servicio con efectividad.

## Análisis

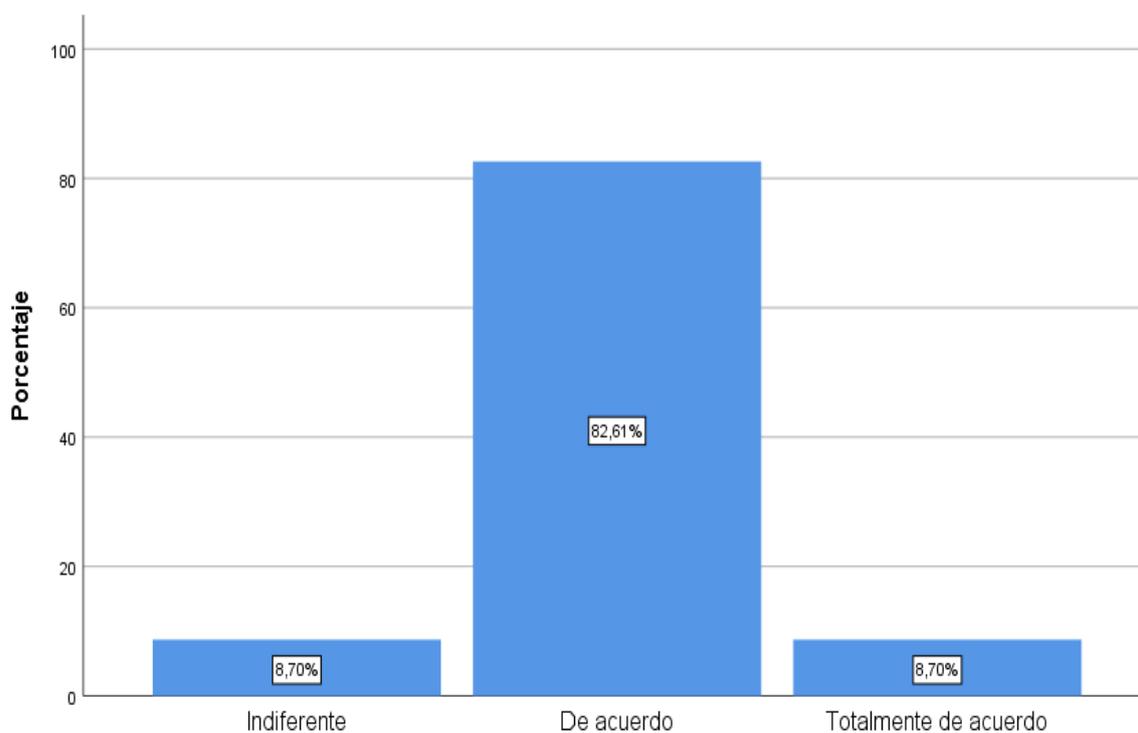
La Tabla 20 presenta los resultados de la afirmación “**La empresa cumple la realización del servicio con efectividad**” y se encontró que ninguno de los encuestados estuvo totalmente en desacuerdo, en desacuerdo o indiferente. El mayor porcentaje de los encuestados (69.57%) mostró estar de acuerdo con la afirmación, mientras que un 30.43% indicó estar totalmente de acuerdo.

Tabla 21

20. *El tiempo perdido por máquinas y equipos se mantiene al mínimo*

Valoración	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Totalmente en desacuerdo	0	0.00	0.00
En desacuerdo	0	0.00	0.00
Indiferente	2	8.70	8.70
De acuerdo	19	82.61	91.30
Totalmente de acuerdo	2	8.70	100.00
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100.00</b>	

Fuente: En base a la información obtenida del cuestionario “Gestión empresarial y competitividad de la Asociación de Agentes de Aduanas, Callao - 2018”



**El tiempo perdido por máquinas y equipos se mantiene al mínimo**

Figura 25. El tiempo perdido por máquinas y equipos se mantiene al mínimo.

## Análisis

En relación con la afirmación “**El tiempo perdido por máquinas y equipos se mantiene al mínimo**” presentada en la Tabla 21, el 8.70% de los encuestados indicaron indiferencia respecto a la afirmación. Por otra parte, el 82.61% de los encuestados mencionó estar de acuerdo con la afirmación, y el 8.70% aludió estar totalmente de acuerdo.

Respecto al rendimiento del servicio se ha encontrado que las empresas agentes de aduanas siempre tienen disponibilidad para tomar nuevos servicios manteniéndolos en un rendimiento alto y satisfaciendo los requerimientos del cliente. Asimismo, las empresas cumplen con la realización del servicio.

En general, después del análisis de las afirmaciones se verifica que las empresas pertenecientes a la Asociación de Agentes de Aduana, Callao tienen una gestión empresarial adecuada. Esto se ve impulsado por la dimensión de la gestión humana, la cual presenta niveles de valoración adecuados en todas las empresas.

### **3.1.1.2 Competitividad.**

La variable competitividad se compone de las dimensiones: i) capacidad para generar utilidades, ii) administrar con eficiencia los recursos, iii) calidad, iv) tecnología, v) capital humano, vi) valores de la empresa, vii) mercado, viii) medio ambiente, y ix) normas y reglamentos técnicos.

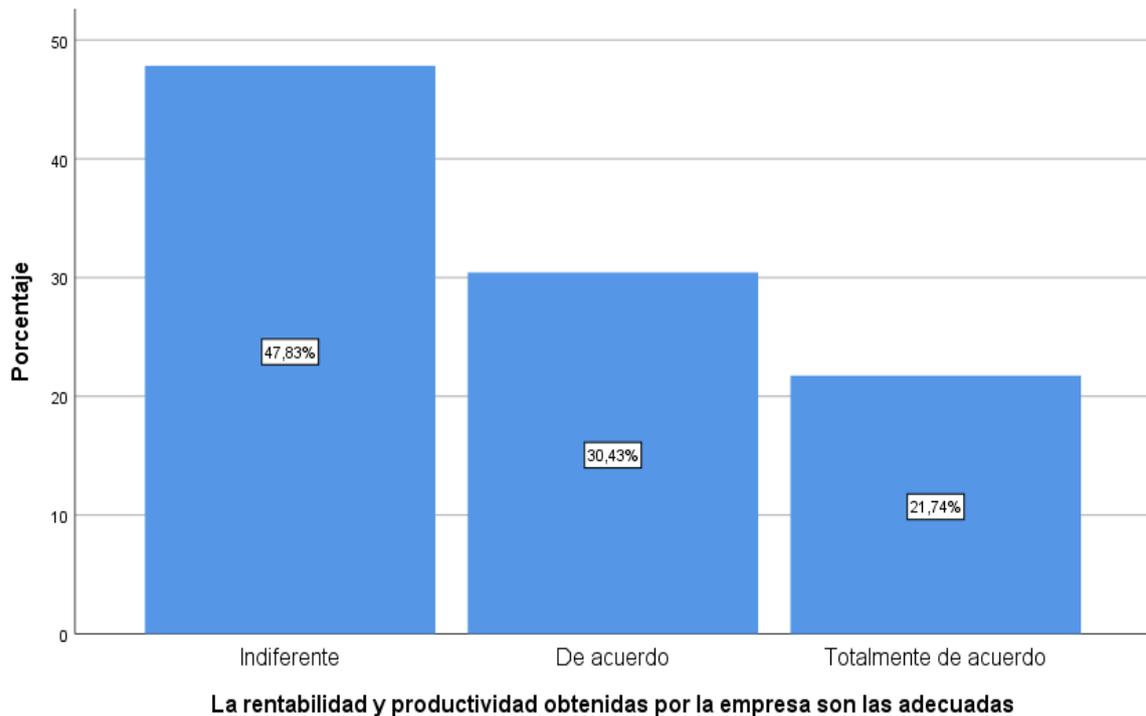
#### *i) Capacidad para generar utilidades*

Tabla 22

*1. La rentabilidad y productividad obtenidas por la empresa son las adecuadas*

Valoración	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Totalmente en desacuerdo	0	0.00	0.00
En desacuerdo	0	0.00	0.00
Indiferente	11	47.83	47.83
De acuerdo	7	30.43	78.26
Totalmente de acuerdo	5	21.74	100.00
Total	23	100.00	

Fuente: En base a la información obtenida del cuestionario “Gestión empresarial y competitividad de la Asociación de Agentes de Aduanas, Callao - 2018”



*Figura 26.* La rentabilidad y productividad obtenidas por la empresa son las adecuadas.

**Análisis**

Los resultados respecto a la primera afirmación de la variable competitividad mostrados en la Tabla 22, indica que el 47.83% de los encuestados considera una valoración indiferente con que la rentabilidad y productividad de la empresa son las adecuadas. Asimismo, el 47.83% considera una valoración indiferente. Mientras que el 30.43% señala estar de acuerdo y un 21.74% se mantiene totalmente de acuerdo.

**Tabla 23**

**2. La empresa tiene capacidad para generar utilidades sosteniblemente**

Valoración	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Totalmente en desacuerdo	0	0.00	0.00
En desacuerdo	0	0.00	0.00
Indiferente	9	39.13	39.13
De acuerdo	13	56.52	95.65
Totalmente de acuerdo	1	4.35	100.00
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100.00</b>	

Fuente: En base a la información obtenida del cuestionario “Gestión empresarial y competitividad de la Asociación de Agentes de Aduanas, Callao - 2018”

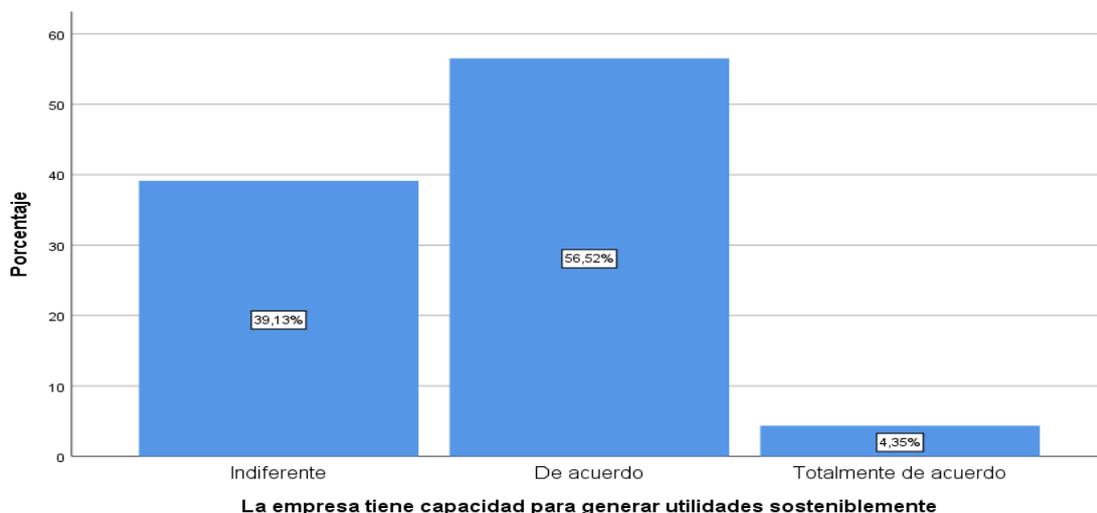


Figura 27. La empresa tiene capacidad para generar utilidades sosteniblemente.

#### Análisis

Respecto a la segunda afirmación **“La empresa tiene capacidad para generar utilidades sosteniblemente”** presentado en la Tabla 23, el 39.13% de los encuestados se mantiene indiferente frente a la valoración de la afirmación. Por otra parte, el 56.52% presenta una valoración de estar de acuerdo y un 4.35% indica estar totalmente de acuerdo.

Los hallazgos de la dimensión capacidad para generar utilidades muestran que las empresas tienen un nivel adecuado de rentabilidad y productividad, las cuales se mantienen sosteniblemente dado que la mayoría esta de acuerdo con las preguntas realizadas.

#### ii) Administrar con eficiencia los recursos

Tabla 24

#### 3. La empresa realiza un uso óptimo de sus recursos

Valoración	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Totalmente en desacuerdo	0	0.00	0.00
En desacuerdo	1	4.35	4.35
Indiferente	1	4.35	8.70
De acuerdo	14	60.87	69.57
Totalmente de acuerdo	7	30.43	100.00
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100.00</b>	

Fuente: En base a la información obtenida del cuestionario “Gestión empresarial y competitividad de la Asociación de Agentes de Aduanas, Callao - 2018”

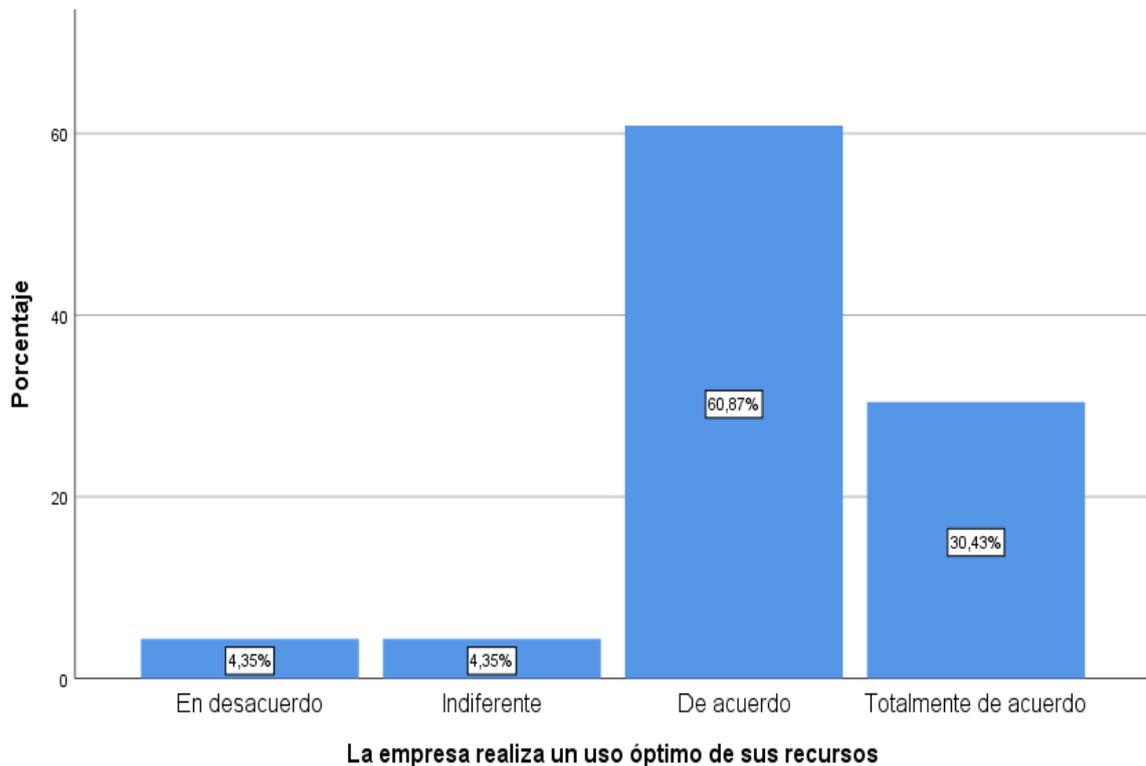


Figura 28. La empresa realiza un uso óptimo de sus recursos.

#### Análisis

En la Tabla 24 se observa que ninguno de los encuestados estuvo totalmente en desacuerdo respecto a la afirmación referente a si la empresa realiza un uso óptimo de sus recursos, pero el 4.35% valoraron estar en desacuerdo. El 4.35% de los encuestados se muestra indiferente en relación con la afirmación realizada. No obstante, la mayoría de los encuestados, el 60.87% está de acuerdo con la afirmación y un 30.43% se muestra totalmente de acuerdo.

Tabla 25

#### 4. Se logra emplear los recursos según lo programado

Valoración	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Totalmente en desacuerdo	0	0.00	0.00
En desacuerdo	1	4.35	4.35
Indiferente	1	4.35	8.70
De acuerdo	17	73.91	82.61
Totalmente de acuerdo	4	17.39	100.00
Total	23	100.00	

Fuente: En base a la información obtenida del cuestionario "Gestión empresarial y competitividad de la Asociación de Agentes de Aduanas, Callao - 2018"

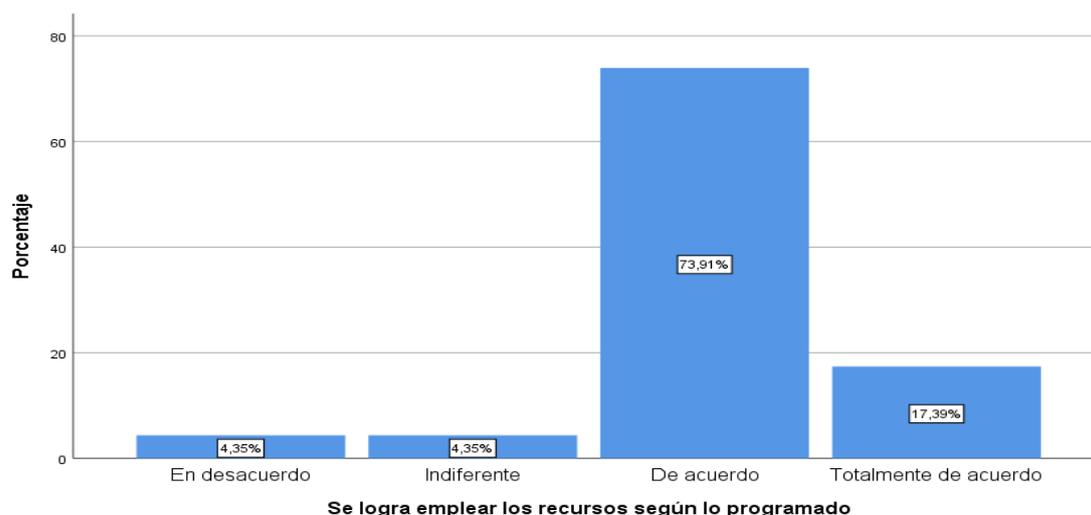


Figura 29. Se logra emplear los recursos según lo programado.

### Análisis

La Tabla 25 presenta los resultados de la afirmación “**Se logra emplear los recursos según lo programado**” y se encontró que ninguno de los encuestados estuvo totalmente en desacuerdo, mientras que el 4.35% se mostró en desacuerdo. Solo el 4.35% se inclinaron por una valoración indiferente. El mayor porcentaje de los encuestados (73.91%) mostró estar de acuerdo con la afirmación, mientras que un 17.39% indicó estar totalmente de acuerdo.

Los resultados de la dimensión administrar con eficiencia los recursos indican que las empresas agentes de aduanas hacen uso óptimo de sus recursos y logran emplear sus recursos según la programación por parte del área de planificación.

### iii) Calidad

Tabla 26

#### 5. La empresa realiza una planeación y previsión de la calidad

Valoración	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Totalmente en desacuerdo	0	0.00	0.00
En desacuerdo	1	4.35	4.35
Indiferente	3	13.04	17.39
De acuerdo	8	34.78	52.17
Totalmente de acuerdo	11	47.83	100.00
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100.00</b>	

Fuente: En base a la información obtenida del cuestionario “Gestión empresarial y competitividad de la Asociación de Agentes de Aduanas, Callao - 2018”

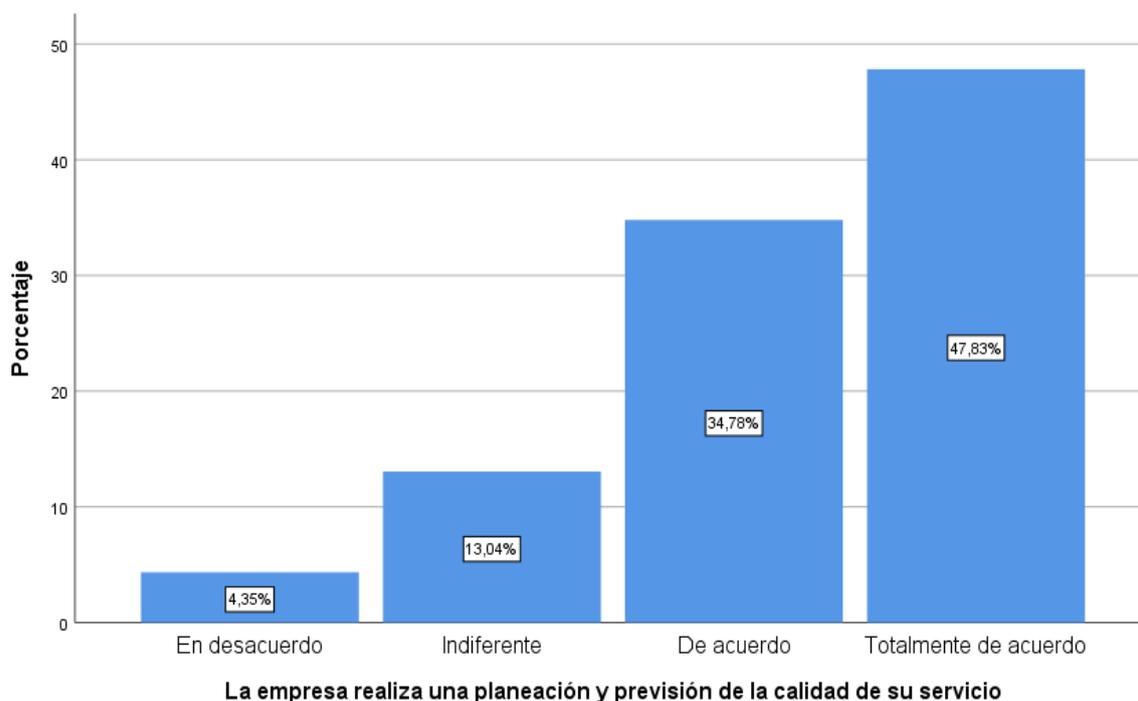


Figura 30. La empresa realiza una planeación y previsión de la calidad.

#### Análisis

En relación con la afirmación “**La empresa realiza una planeación y previsión de la calidad**” presentada en la Tabla 26, ningún encuestado se inclinó por estar totalmente en desacuerdo, aunque el 4.35% mencionó estar en desacuerdo. De forma intermedia, el 13.04% de los encuestados indicaron indiferencia respecto a la afirmación. Por otra parte, el 34.78% de los encuestados mencionó estar de acuerdo con la afirmación, y el 47.83% señaló estar totalmente de acuerdo.

Tabla 27

#### 6. El gerente comprende el concepto de costo de la no calidad

Valoración	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Totalmente en desacuerdo	0	0.00	0.00
En desacuerdo	0	0.00	0.00
Indiferente	2	8.70	8.70
De acuerdo	17	73.91	82.61
Totalmente de acuerdo	4	17.39	100.00
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100.00</b>	

Fuente: En base a la información obtenida del cuestionario “Gestión empresarial y competitividad de la Asociación de Agentes de Aduanas, Callao - 2018”

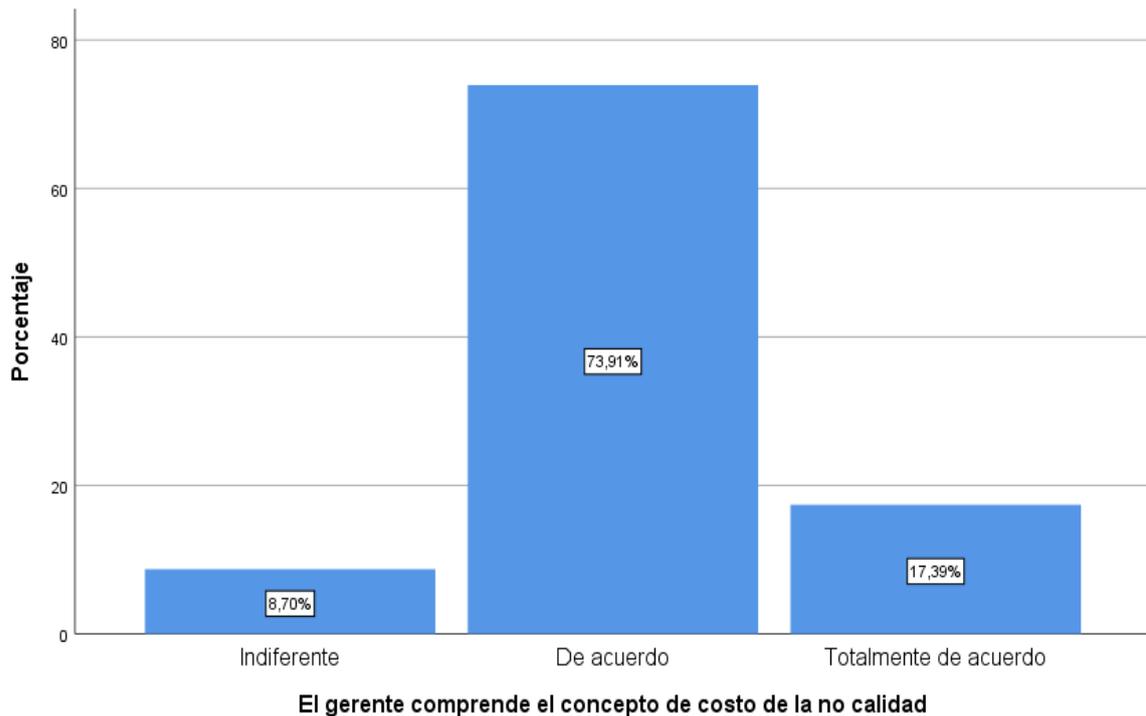


Figura 31. El gerente comprende el concepto de costo de la no calidad.

#### Análisis

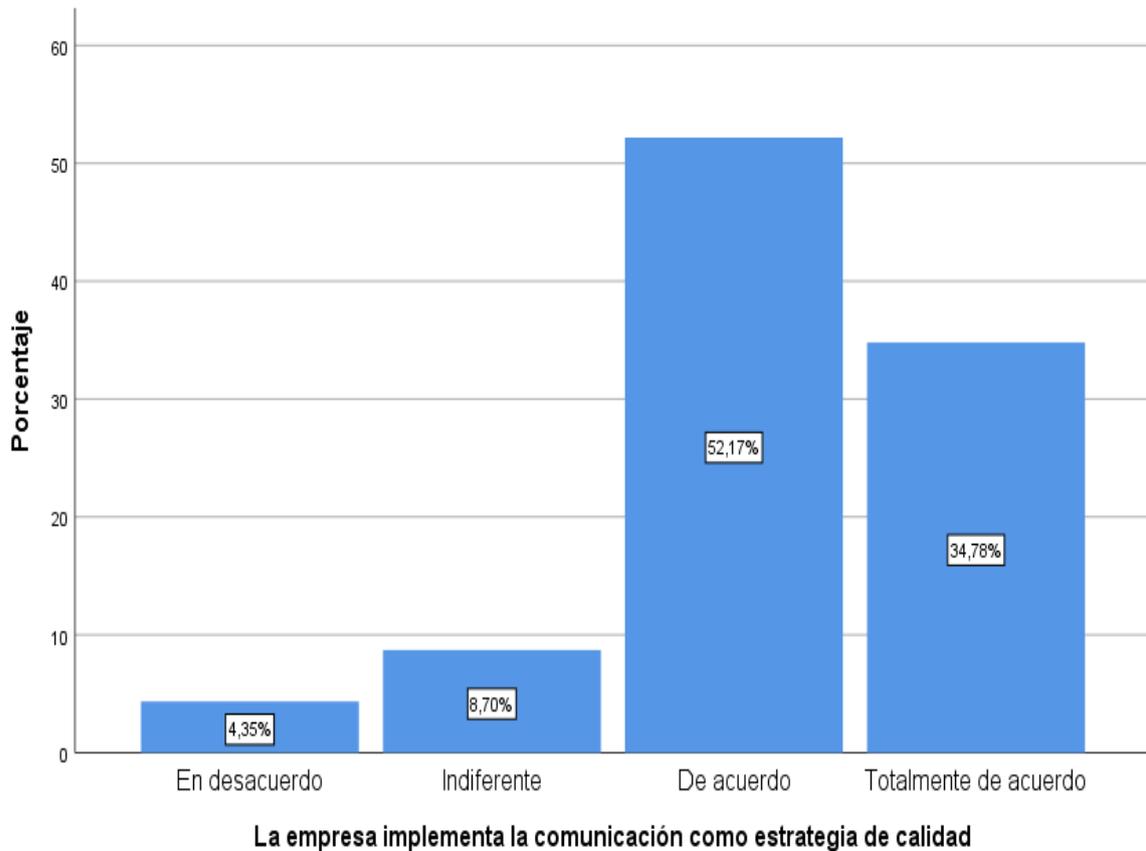
Los resultados respecto a la afirmación **“El gerente comprende el concepto de costo de la no calidad”** mostrados en la Tabla 27 indica que ninguno de los encuestados estuvo totalmente en desacuerdo, así como estar en desacuerdo. Además, el 8.70% considera una valoración indiferente respecto a que el gerente comprende el concepto del costo de la no calidad. En mayor medida, el 73.91% señala estar de acuerdo y un 17.39% se mantiene totalmente de acuerdo.

Tabla 28

#### 7. La empresa implementa la comunicación como estrategia de calidad

Valoración	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Totalmente en desacuerdo	0	0.00	0.00
En desacuerdo	1	4.35	4.35
Indiferente	2	8.70	13.04
De acuerdo	12	52.17	65.22
Totalmente de acuerdo	8	34.78	100.00
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100.00</b>	

Fuente: En base a la información obtenida del cuestionario “Gestión empresarial y competitividad de la Asociación de Agentes de Aduanas, Callao - 2018”



*Figura 32.* La empresa implementa la comunicación como estrategia de calidad.

#### Análisis

Respecto a la afirmación **“La empresa implementa la comunicación como estrategia de calidad”** presentado en la Tabla 28, el 0% de los encuestados estuvo totalmente en desacuerdo, mientras que el 4.35% mantuvo estar en desacuerdo. No obstante, el 8.70% indicó ser indiferente frente a la valoración de la afirmación. Por otra parte, el 52.17% presenta una valoración de estar de acuerdo y un 34.78% indica estar totalmente de acuerdo.

En relación a la dimensión calidad se ha observado que las empresas agentes de aduanas planifican y prevén la calidad, toda vez que se conoce el costo de no ofrecer la calidad correspondiente. Además, las empresas, en su mayoría, han establecido la comunicación como estrategia de calidad.

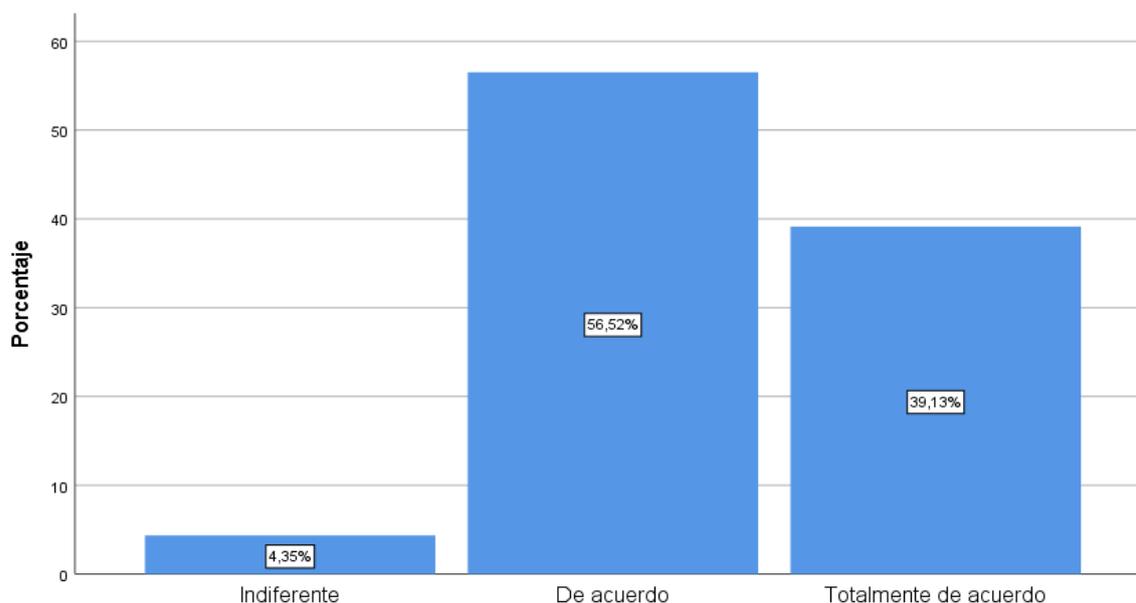
iv) Tecnología

Tabla 29

8. La empresa cuenta con el equipo y las máquinas necesarias para llevar a cabo su labor

Valoración	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Totalmente en desacuerdo	0	0.00	0.00
En desacuerdo	0	0.00	0.00
Indiferente	1	4.35	4.35
De acuerdo	13	56.52	60.87
Totalmente de acuerdo	9	39.13	100.00
Total	23	100.00	

Fuente: En base a la información obtenida del cuestionario “Gestión empresarial y competitividad de la Asociación de Agentes de Aduanas, Callao - 2018”



La empresa cuenta con el equipo y las máquinas necesarias para llevar a cabo su labor

Figura 33. La empresa cuenta con el equipo y las máquinas necesarias para llevar a cabo su labor.

Análisis

En la Tabla 29 se observa que ninguno de los encuestados estuvo totalmente en desacuerdo o en desacuerdo respecto a la afirmación referente a si la empresa cuenta con el equipo y las máquinas necesarias para llevar a cabo su labor. Asimismo, el 4.35% de los encuestados se muestra indiferente en relación con la afirmación realizada. No obstante, la mayoría de los encuestados, el 56.52% está de acuerdo con la afirmación y un 39.13% se muestra totalmente de acuerdo.

Tabla 30

9. La empresa gestiona adecuadamente la tecnología que emplea

Valoración	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Totalmente en desacuerdo	0	0.00	0.00
En desacuerdo	0	0.00	0.00
Indiferente	0	0.00	0.00
De acuerdo	13	56.52	56.52
Totalmente de acuerdo	10	43.48	100.00
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100.00</b>	

Fuente: En base a la información obtenida del cuestionario “Gestión empresarial y competitividad de la Asociación de Agentes de Aduanas, Callao - 2018”

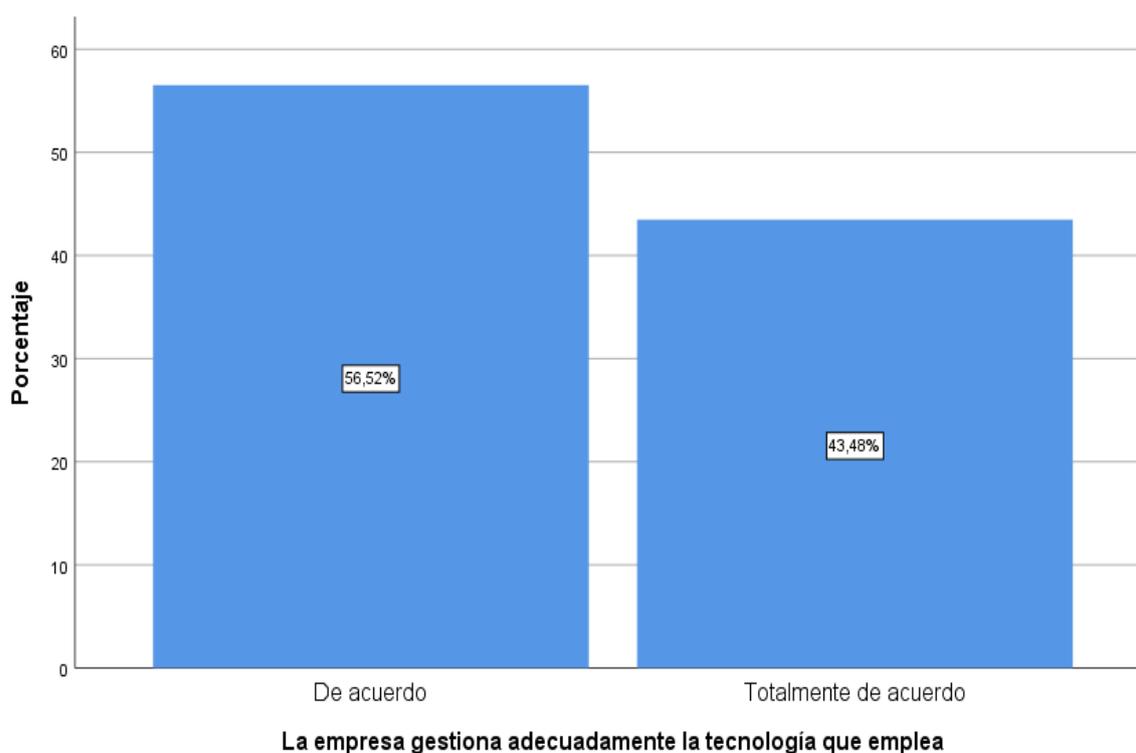


Figura 34. La empresa gestiona adecuadamente la tecnología que emplea.

Análisis

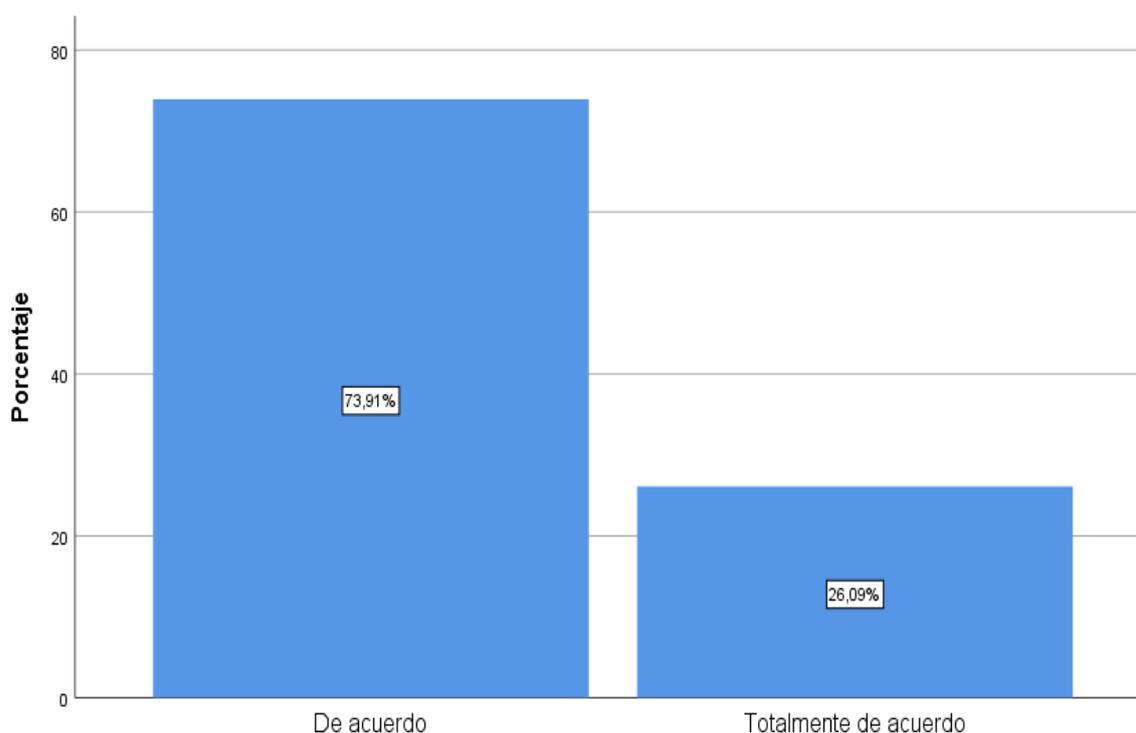
La Tabla 30 presenta los resultados de la afirmación “**La empresa gestiona adecuadamente la tecnología que emplea**” y se encontró que ninguno de los encuestados estuvo totalmente en desacuerdo o en desacuerdo. Además, ninguno de los encuestados optó por una valoración indiferente. El mayor porcentaje de los encuestados (56.52%) indicó estar de acuerdo con la afirmación, mientras que un 43.48% valoró estar totalmente de acuerdo.

Tabla 31

*10. La empresa se encuentra en un camino hacia la autosuficiencia de procesos*

Valoración	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Totalmente en desacuerdo	0	0.00	0.00
En desacuerdo	0	0.00	0.00
Indiferente	0	0.00	0.00
De acuerdo	17	73.91	73.91
Totalmente de acuerdo	6	26.09	100.00
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100.00</b>	

Fuente: En base a la información obtenida del cuestionario “Gestión empresarial y competitividad de la Asociación de Agentes de Aduanas, Callao - 2018”



**La empresa se encuentra en un camino hacia la autosuficiencia de procesos**

*Figura 35.* La empresa se encuentra en un camino hacia la autosuficiencia de procesos.

**Análisis**

En relación a la afirmación “**La empresa se encuentra en un camino hacia la autosuficiencia de procesos**” presentada en la Tabla 31, ningún encuestado se inclinó por estar totalmente en desacuerdo, así como estar en desacuerdo o indiferentes. Por otra parte, el 73.91% de los encuestados mencionó estar de acuerdo con la afirmación, y un 26.09% aludió estar totalmente de acuerdo.

Respecto a la dimensión tecnología se ha encontrado que las empresas cuentan con equipos y máquinas para realizar las labores de manera que los productos sean de calidad. Asimismo, las empresas gestionan adecuadamente la tecnología que emplean, y se encuentran orientadas a la autosuficiencia de procesos.

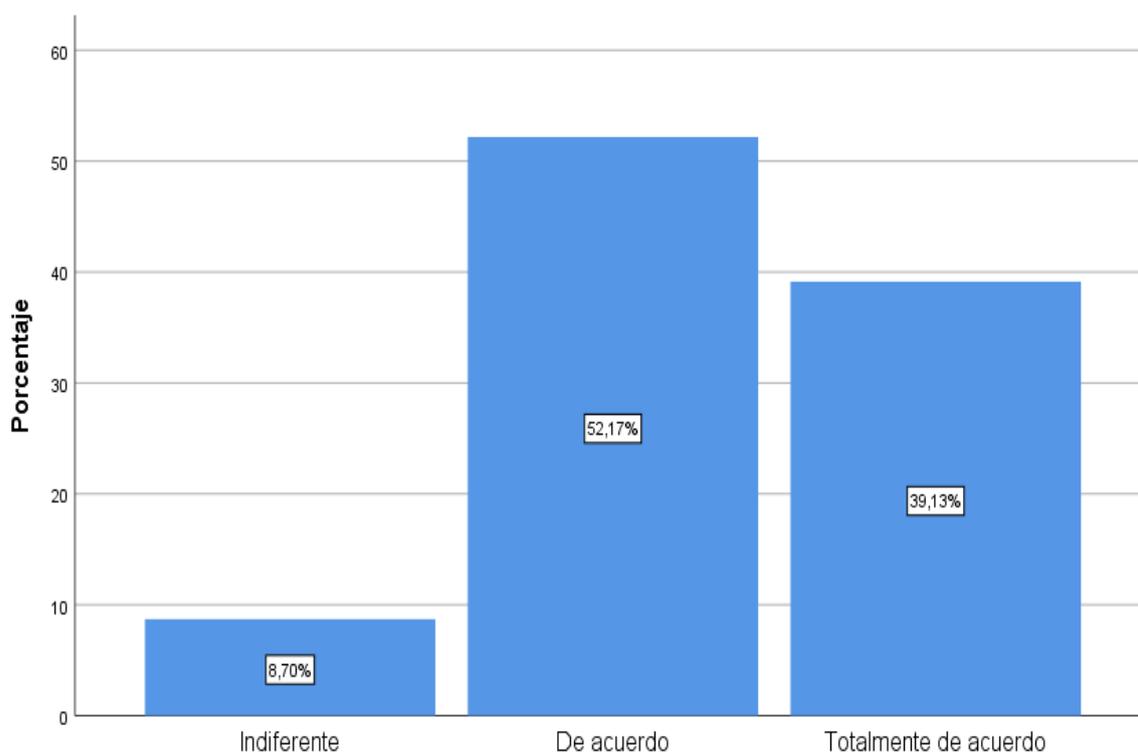
v) *Capital humano*

Tabla 32

11. *Los trabajadores cuentan con la experiencia personal necesaria para realizar el trabajo*

Valoración	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Totalmente en desacuerdo	0	0.00	0.00
En desacuerdo	0	0.00	0.00
Indiferente	2	8.70	8.70
De acuerdo	12	52.17	60.87
Totalmente de acuerdo	9	39.13	100.00
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100.00</b>	

Fuente: En base a la información obtenida del cuestionario “Gestión empresarial y competitividad de la Asociación de Agentes de Aduanas, Callao - 2018”



**Los trabajadores cuentan con la experiencia personal necesaria para realizar el trabajo**

Figura 36. Los trabajadores cuentan con la experiencia personal necesaria para realizar el trabajo.

## Análisis

Los resultados mostrados en la Tabla 32 indican que ninguno de los encuestados estuvo totalmente en desacuerdo o en desacuerdo respecto a que los trabajadores cuentan con la experiencia personal necesaria para realizar el trabajo. El 8.70% señaló ser indiferentes respecto a la afirmación. Sin embargo, en mayor medida, el 52.17% señala estar de acuerdo y un 39.13% se mantiene totalmente de acuerdo.

Tabla 33

*12. La empresa capacita a sus empleados para hacerlos más eficientes*

Valoración	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Totalmente en desacuerdo	0	0.00	0.00
En desacuerdo	0	0.00	0.00
Indiferente	3	13.04	13.04
De acuerdo	14	60.87	73.91
Totalmente de acuerdo	6	26.09	100.00
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100.00</b>	

Fuente: En base a la información obtenida del cuestionario "Gestión empresarial y competitividad de la Asociación de Agentes de Aduanas, Callao - 2018"

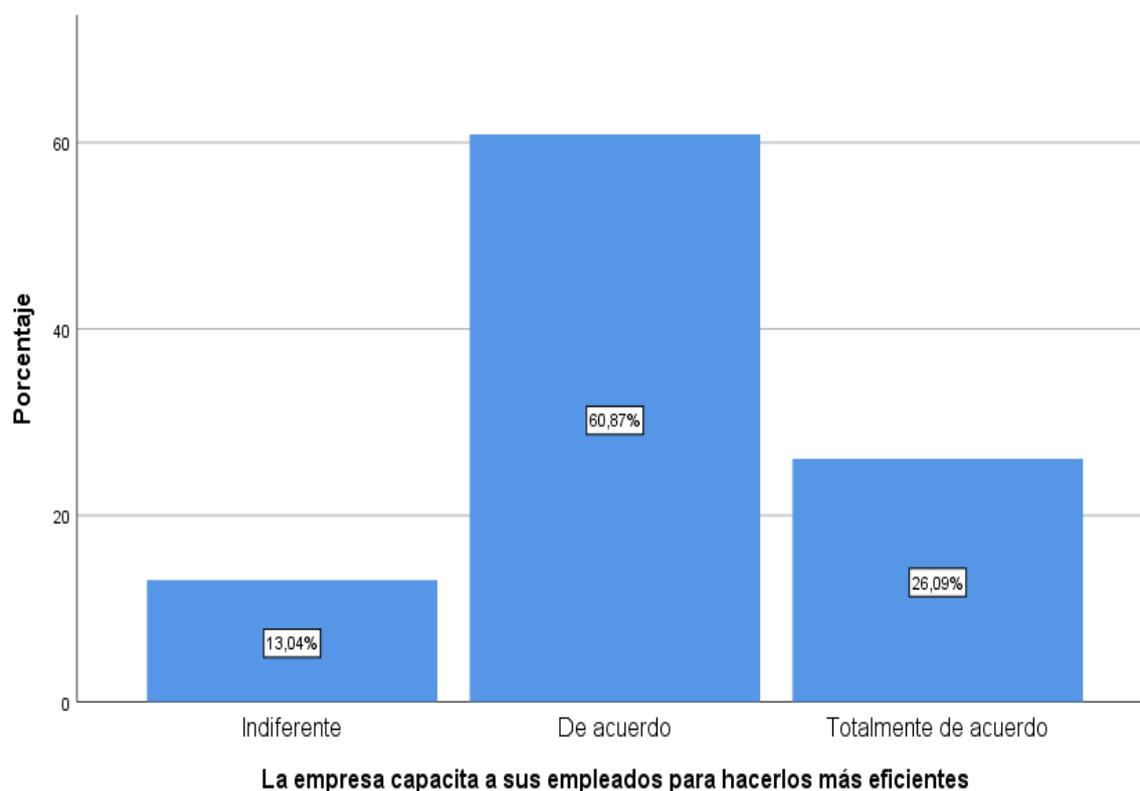


Figura 37. La empresa capacita a sus empleados para hacerlos más eficientes.

## Análisis

Respecto a la afirmación “**La empresa capacita a sus empleados para hacerlos más eficientes**” presentado en la Tabla 33, ninguno de los encuestados estuvo totalmente en desacuerdo o en desacuerdo. Solo el 13.04% señaló ser indiferente. Más bien, el 60.87% presenta una valoración de estar de acuerdo y un 26.09% indica estar totalmente de acuerdo.

Tabla 34

13. La retribución económica se da acorde a la labor que lleva a cabo el personal

Valoración	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Totalmente en desacuerdo	0	0.00	0.00
En desacuerdo	0	0.00	0.00
Indiferente	2	8.70	8.70
De acuerdo	14	60.87	69.57
Totalmente de acuerdo	7	30.43	100.00
Total	23	100.00	

Fuente: En base a la información obtenida del cuestionario “Gestión empresarial y competitividad de la Asociación de Agentes de Aduanas, Callao - 2018”

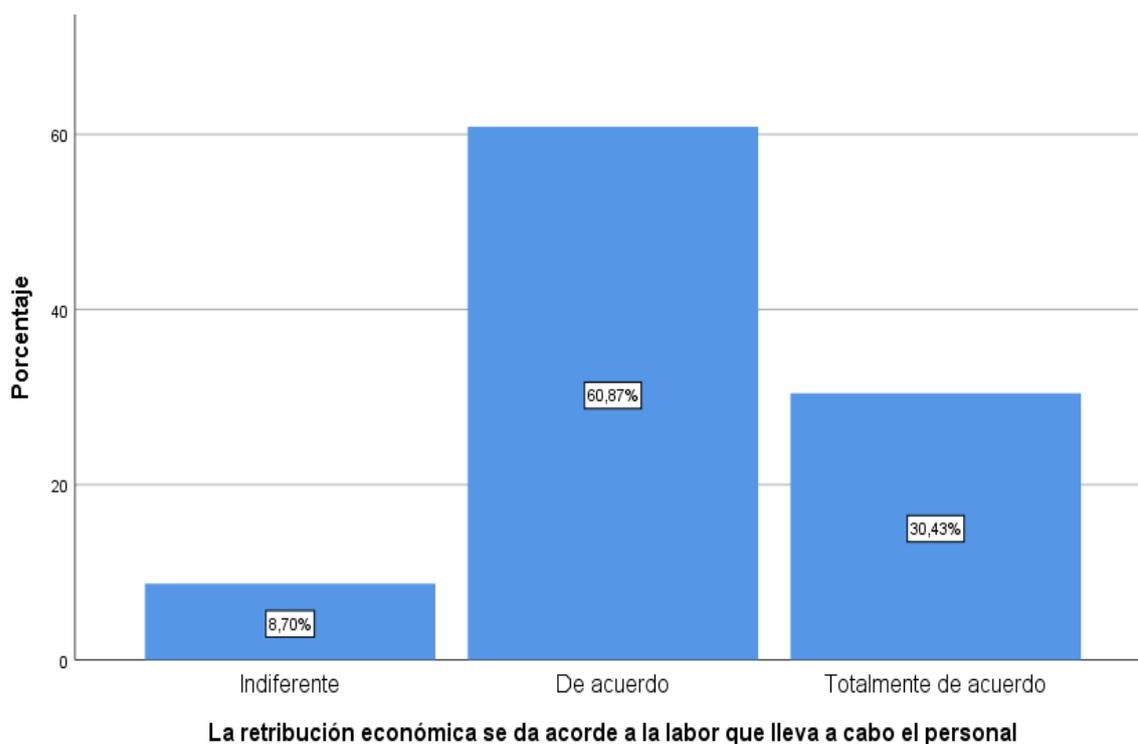


Figura 38. La retribución económica se da acorde a la labor que lleva a cabo el personal.

## Análisis

En la Tabla 34 se observa que ninguno de los encuestados estuvo totalmente en desacuerdo o en desacuerdo respecto a la afirmación referente a si la retribución económica se da acorde a la labor que lleva a cabo el personal. Solo el 8.70% alude ser indiferente. No obstante, la mayoría de los encuestados, el 60.87% menciona que está de acuerdo con la afirmación y un 30.43% se muestra totalmente de acuerdo.

En relación a la dimensión capital humano de las empresas se ha obtenido que los trabajadores cuentan con experiencia personal y desarrollan capacitaciones a sus empleados para incrementar la eficiencia de la empresa. Al respecto, la retribución económica hacia el personal es proporcional a las labores que desarrollan dentro de las empresas agentes de aduanas.

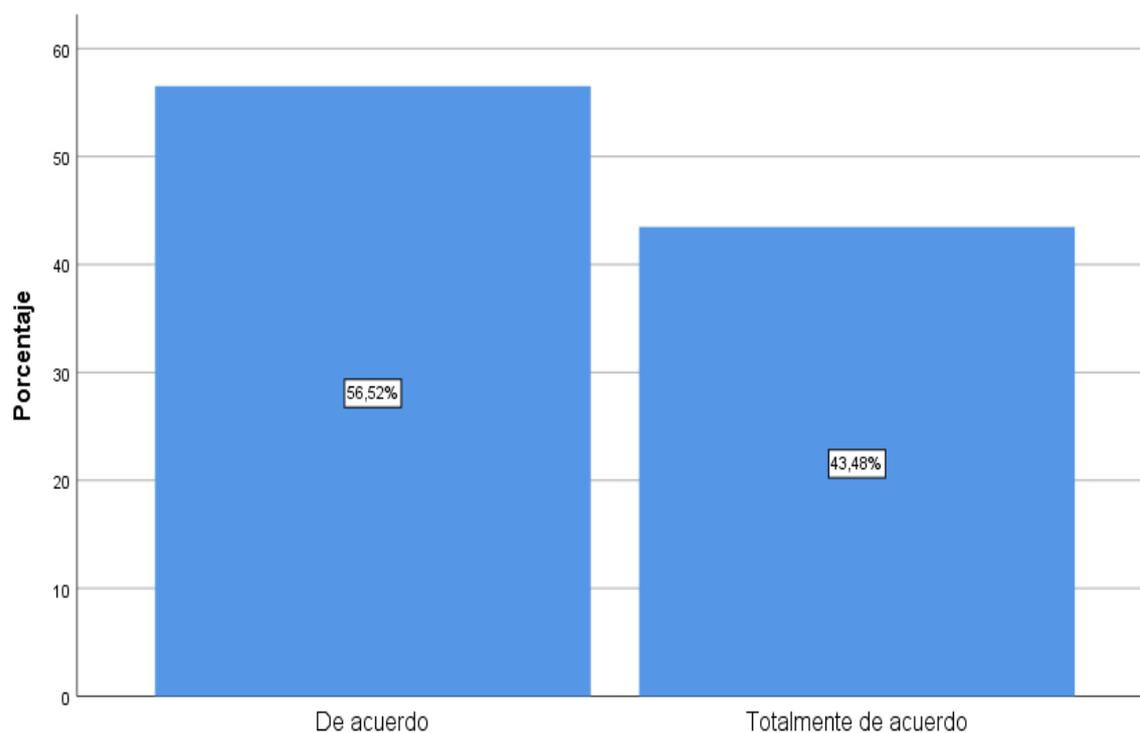
### vi) Valores de la empresa

Tabla 35

*14. La empresa actúa con responsabilidad ante los problemas de sus clientes*

Valoración	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Totalmente en desacuerdo	0	0.00	0.00
En desacuerdo	0	0.00	0.00
Indiferente	0	0.00	0.00
De acuerdo	13	56.52	56.52
Totalmente de acuerdo	10	43.48	100.00
Total	23	100.00	

Fuente: En base a la información obtenida del cuestionario "Gestión empresarial y competitividad de la Asociación de Agentes de Aduanas, Callao - 2018"



**La empresa actúa con responsabilidad ante los problemas de sus clientes**

*Figura 39.* La empresa actúa con responsabilidad ante los problemas de sus clientes.

**Análisis**

La Tabla 35 presenta los resultados de la afirmación “**La empresa actúa con responsabilidad ante los problemas de sus clientes**” y se encontró que ninguno de los encuestados estuvo totalmente en desacuerdo, en desacuerdo o indiferente. El mayor porcentaje de los encuestados (56.52%) señaló estar de acuerdo con la afirmación, mientras que un 43.48% indicó estar totalmente de acuerdo.

**Tabla 36**

*15. La empresa cuenta con valores éticos que guían sus actividades*

Valoración	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Totalmente en desacuerdo	0	0.00	0.00
En desacuerdo	0	0.00	0.00
Indiferente	0	0.00	0.00
De acuerdo	18	78.26	78.26
Totalmente de acuerdo	5	21.74	100.00
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100.00</b>	

Fuente: En base a la información obtenida del cuestionario “Gestión empresarial y competitividad de la Asociación de Agentes de Aduanas, Callao - 2018”

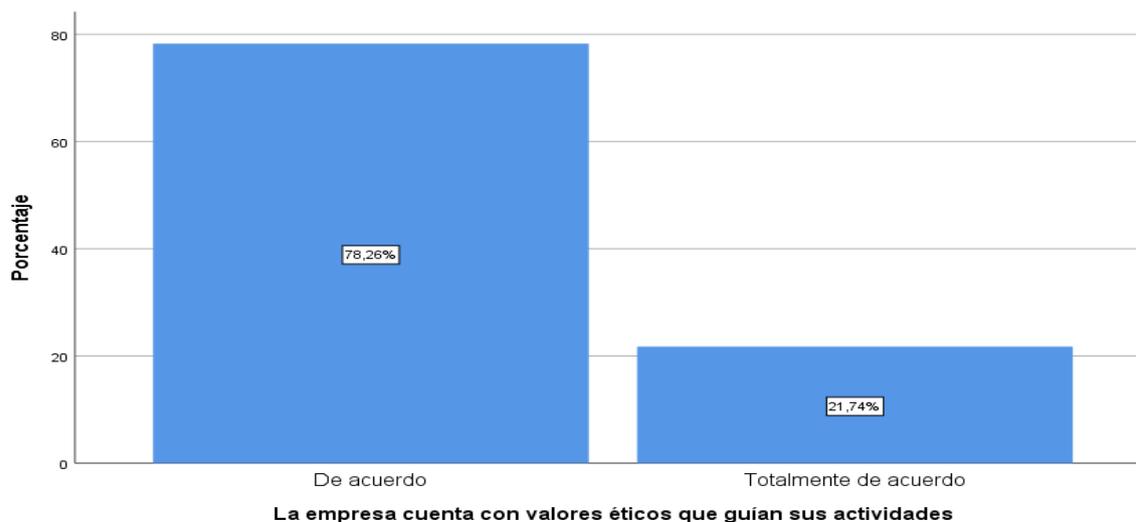


Figura 40. La empresa cuenta con valores éticos que guían sus actividades.

#### Análisis

En relación con la afirmación “**La empresa cuenta con valores éticos que guían sus actividades**” presentada en la Tabla 36, ningún encuestado se inclinó por estar totalmente en desacuerdo, estar en desacuerdo o indiferente. Por otra parte, el 78.26% de los encuestados mencionó estar de acuerdo con la afirmación, y el 21.74% aludió estar totalmente de acuerdo.

Respecto a los valores dentro de la empresa se ha identificado que los agentes de aduanas actúan con responsabilidad ante los problemas de sus clientes de manera que cuentan con valores éticos que guían sus actividades de manera que se mantenga el nivel de calidad.

#### vii) Mercado

Tabla 37

*16. La empresa implementa la negociación para lograr mantenerse vigente*

Valoración	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Totalmente en desacuerdo	0	0.00	0.00
En desacuerdo	0	0.00	0.00
Indiferente	3	13.04	13.04
De acuerdo	11	47.83	60.87
Totalmente de acuerdo	9	39.13	100.00
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100.00</b>	

Fuente: En base a la información obtenida del cuestionario “Gestión empresarial y competitividad de la Asociación de Agentes de Aduanas, Callao - 2018”

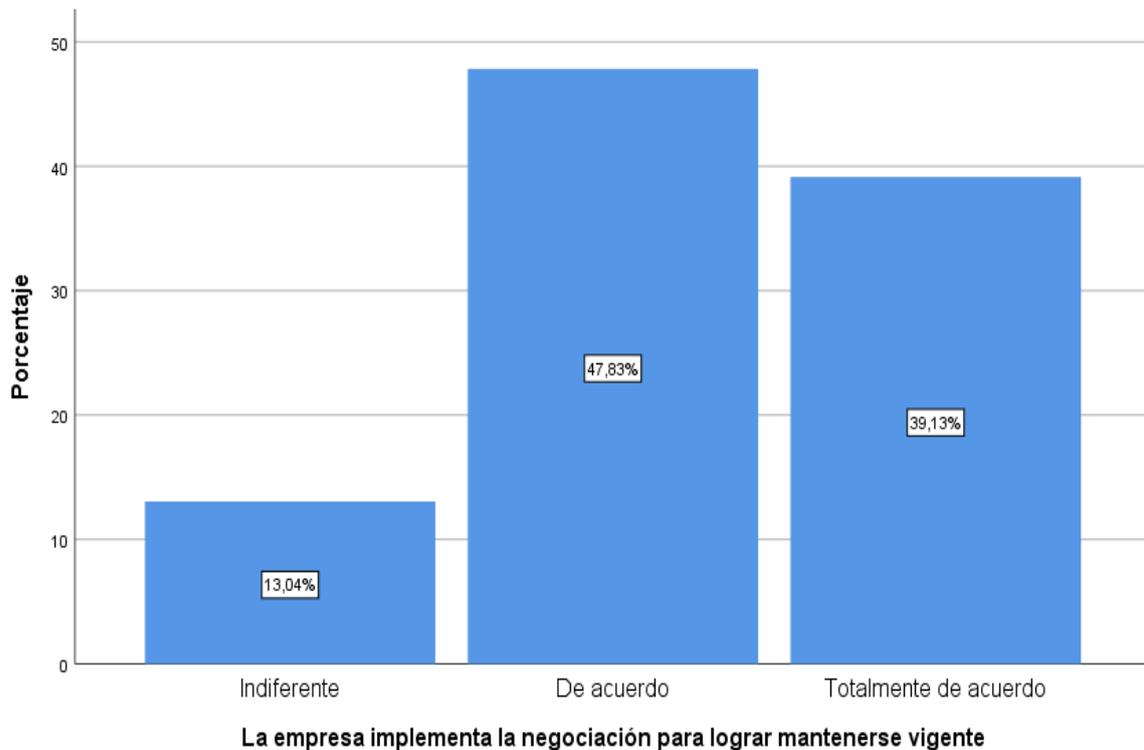


Figura 41. La empresa implementa la negociación para lograr mantenerse vigente.

#### Análisis

Los resultados respecto a la afirmación de si la empresa implementa la negociación para lograr mantenerse vigente en la Tabla 37, indica que ninguno de los encuestados estuvo totalmente en desacuerdo o estar en desacuerdo. Asimismo, el 13.04% considera una valoración indiferente de la afirmación. En mayor medida, el 47.83% señala estar de acuerdo y un 39.13% se mantiene totalmente de acuerdo.

Tabla 38

#### 17. La empresa cuenta con la capacidad para enfrentar la competencia

Valoración	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Totalmente en desacuerdo	0	0.00	0.00
En desacuerdo	0	0.00	0.00
Indiferente	1	4.35	4.35
De acuerdo	18	78.26	82.61
Totalmente de acuerdo	4	17.39	100.00
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100.00</b>	

Fuente: En base a la información obtenida del cuestionario "Gestión empresarial y competitividad de la Asociación de Agentes de Aduanas, Callao - 2018"

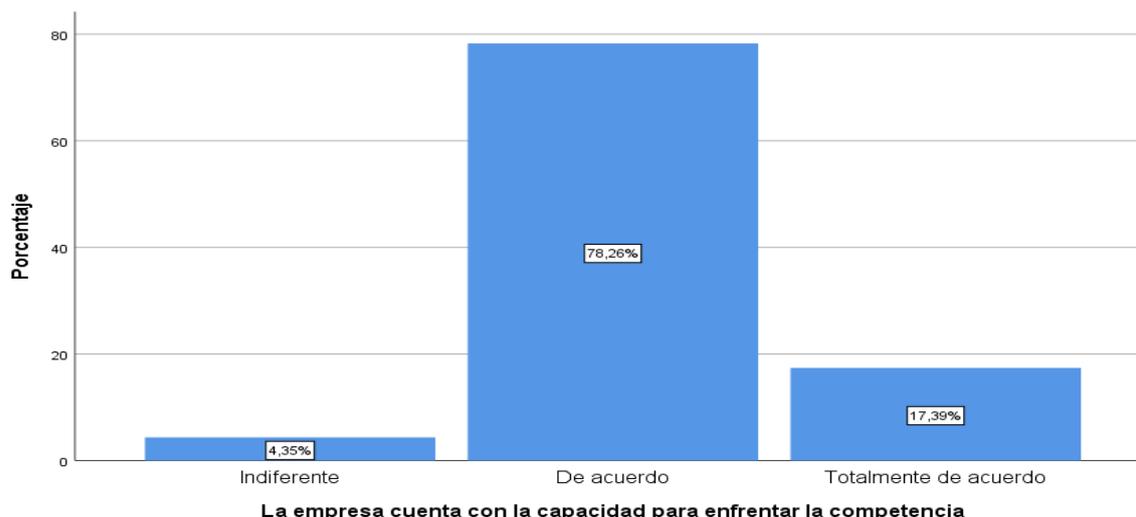


Figura 42. La empresa cuenta con la capacidad para enfrentar la competencia.

#### Análisis

Respecto a la afirmación “**La empresa cuenta con la capacidad para enfrentar la competencia**” presentado en la Tabla 38, el 0% de los encuestados estuvo totalmente en desacuerdo o en desacuerdo. Además, el 4.35% se mantiene indiferente frente a la valoración de la afirmación. Por otra parte, el 78.26% presenta una valoración de estar de acuerdo y un 17.39% indica estar totalmente de acuerdo.

En relación a la dimensión mercado se ha encontrado que las empresas si implementar la negociación para mantenerse vigentes, asimismo las empresas tienen capacidad para enfrentar la competencia de manera que puedan mantener su posicionamiento en el mercado.

#### viii) Medio ambiente

Tabla 39

18. La empresa es responsable con el medio ambiente

Valoración	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Totalmente en desacuerdo	0	0.00	0.00
En desacuerdo	0	0.00	0.00
Indiferente	0	0.00	0.00
De acuerdo	16	69.57	69.57
Totalmente de acuerdo	7	30.43	100.00
Total	23	100.00	

Fuente: En base a la información obtenida del cuestionario “Gestión empresarial y competitividad de la Asociación de Agentes de Aduanas, Callao - 2018”

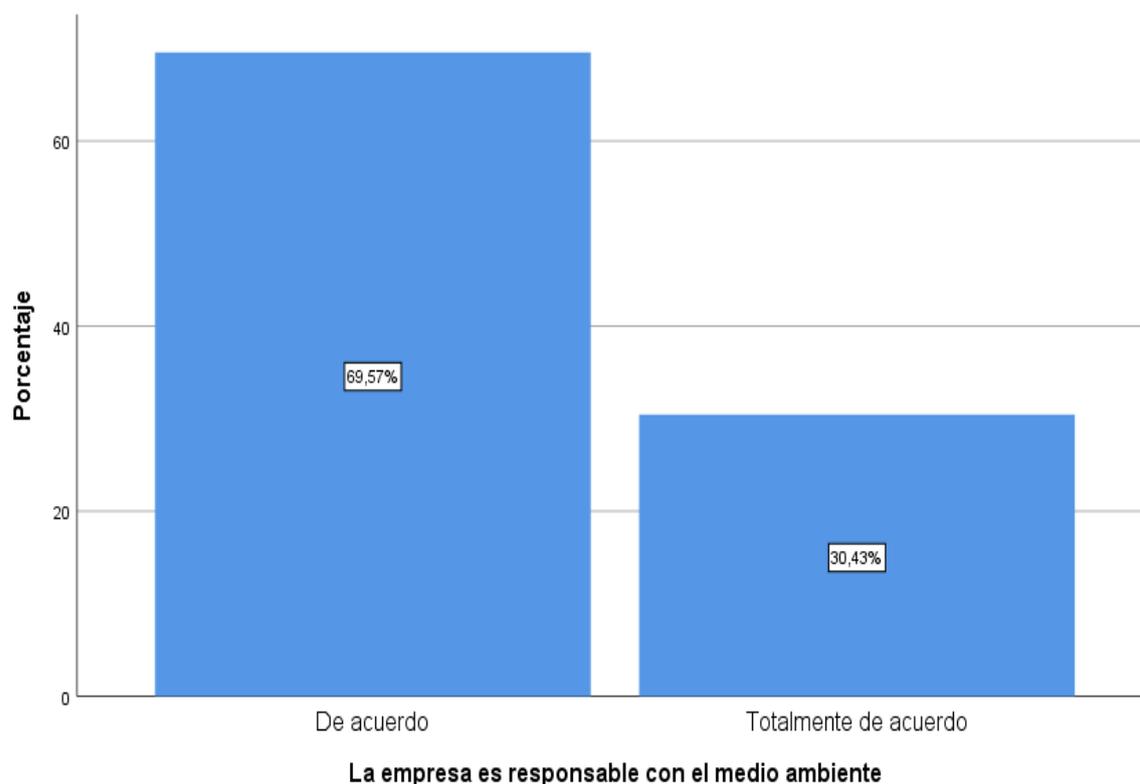


Figura 43. La empresa es responsable con el medio ambiente.

#### Análisis

En la Tabla 39 se observa que ninguno de los encuestados estuvo totalmente en desacuerdo, en desacuerdo o indiferente respecto a la afirmación referente a si la empresa es responsable con el medio ambiente. No obstante, la mayoría de los encuestados, el 69.57% está de acuerdo con la afirmación y un 30.43% se muestra totalmente de acuerdo.

Tabla 40

#### 19. La empresa lleva a cabo acciones para cuidar el medio ambiente

Valoración	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Totalmente en desacuerdo	0	0.00	0.00
En desacuerdo	1	4.35	4.35
Indiferente	1	4.35	8.70
De acuerdo	17	73.91	82.61
Totalmente de acuerdo	4	17.39	100.00
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100.00</b>	

Fuente: En base a la información obtenida del cuestionario "Gestión empresarial y competitividad de la Asociación de Agentes de Aduanas, Callao - 2018"

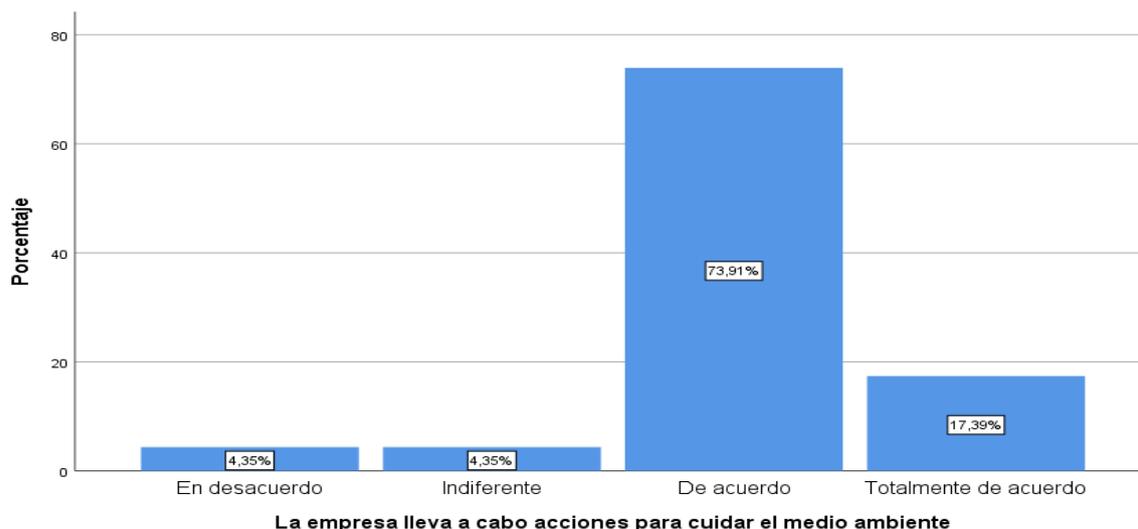


Figura 44. La empresa lleva a cabo acciones para cuidar el medio ambiente.

#### Análisis

La Tabla 40 presenta los resultados de la afirmación “**La empresa cumple la realización del servicio con efectividad**” y se encontró que ninguno de los encuestados estuvo totalmente en desacuerdo, no obstante, el 4.35% indicó estar en desacuerdo. Un 4.35% se mostró indiferente respecto a la afirmación. El mayor porcentaje de los encuestados (73.91%) mostró estar de acuerdo con la afirmación, mientras que un 17.39% indicó estar totalmente de acuerdo.

Los resultados de la dimensión medio ambiente muestran que la empresa se presenta responsable con el cuidado del medio ambiente, dado que la mayoría de las empresas toman acciones para cuidar el medio ambiente.

#### ix) Normas y reglamentos técnicos

Tabla 41

20. La empresa cumple con las normas técnicas de seguridad

Valoración	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Totalmente en desacuerdo	0	0.00	0.00
En desacuerdo	0	0.00	0.00
Indiferente	0	0.00	0.00
De acuerdo	10	43.48	43.48
Totalmente de acuerdo	13	56.52	100.00
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100.00</b>	

Fuente: En base a la información obtenida del cuestionario “Gestión empresarial y competitividad de la Asociación de Agentes de Aduanas, Callao - 2018”

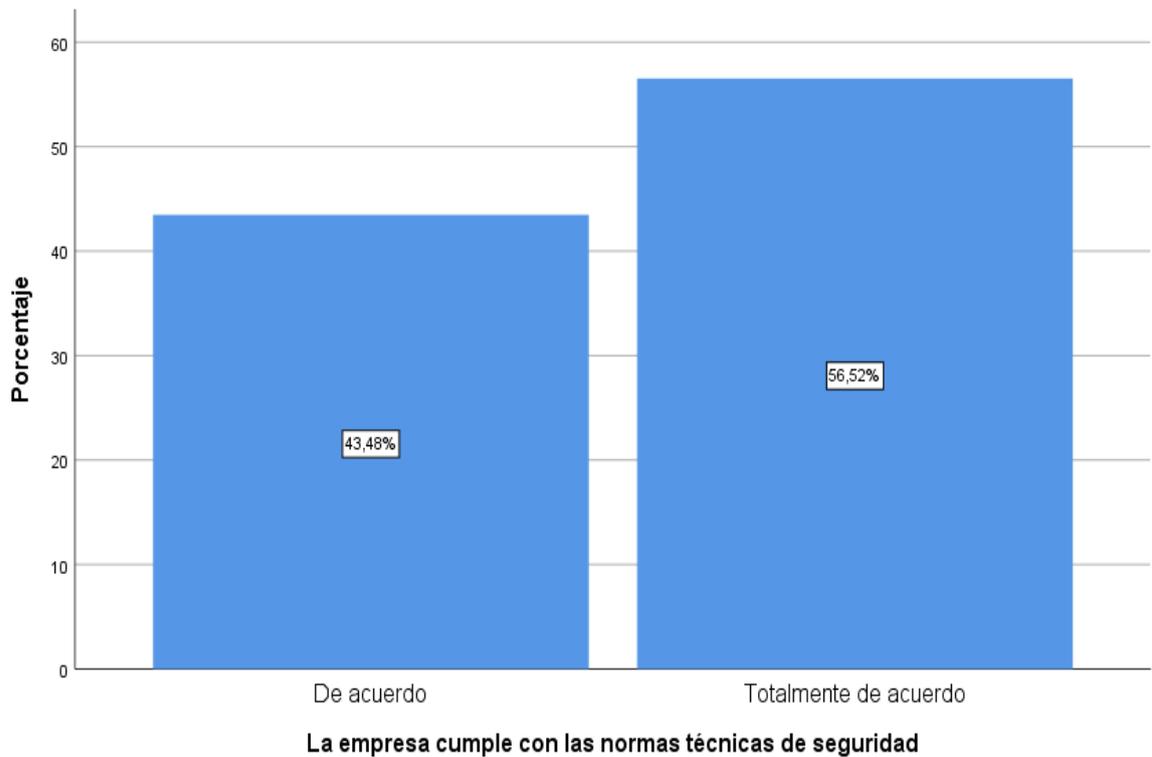


Figura 45. La empresa cumple con las normas técnicas de seguridad.

#### Análisis

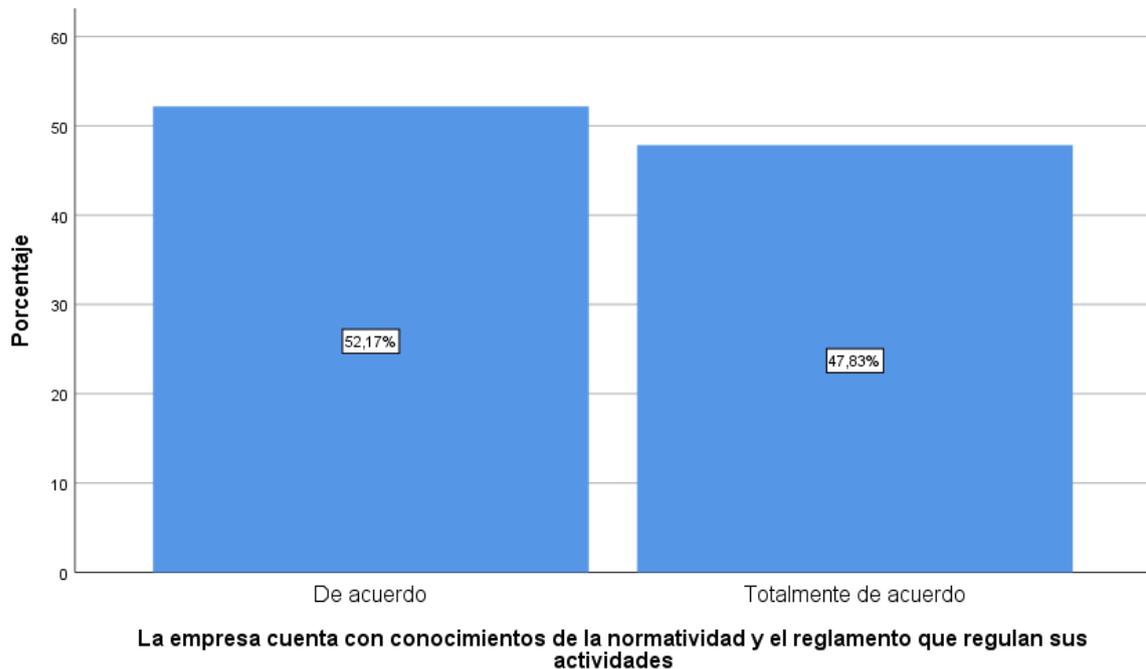
En relación con la afirmación “**La empresa cumple con las normas técnicas de seguridad**” presentada en la Tabla 41, ningún encuestado se inclinó por estar totalmente en desacuerdo, en desacuerdo o indiferente. Por otra parte, el 43.48% de los encuestados mencionó estar de acuerdo con la afirmación, y el 56.52% aludió estar totalmente de acuerdo.

Tabla 42

21. La empresa cuenta con conocimientos de la normatividad y el reglamento que regulan sus actividades

Valoración	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Totalmente en desacuerdo	0	0.00	0.00
En desacuerdo	0	0.00	0.00
Indiferente	0	0.00	0.00
De acuerdo	12	52.17	52.17
Totalmente de acuerdo	11	47.83	100.00
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100.00</b>	

Fuente: En base a la información obtenida del cuestionario “Gestión empresarial y competitividad de la Asociación de Agentes de Aduanas, Callao - 2018”



*Figura 46.* La empresa cuenta con conocimientos de la normatividad y el reglamento que regulan sus actividades.

#### Análisis

Los resultados respecto a la afirmación mostrados en la Tabla 42, indica que ninguno de los encuestados estuvo totalmente en desacuerdo, en desacuerdo o indiferente con que la empresa cuenta con conocimientos de la normatividad y el reglamento que regulan sus actividades. Por otra parte, el 52.17% considera una valoración de estar de acuerdo y un 47.83% se mantiene totalmente de acuerdo.

Los hallazgos de la dimensión normas y reglamentos técnicos indican que las empresas agentes de aduanas cumplen con las normas técnicas de seguridad, asimismo la empresa cuenta con conocimientos de la normatividad y el reglamento que regulan las actividades.

En general, la competitividad de las empresas de Asociación de Agentes de Aduana se encuentra en un nivel de competitividad alto debido a que cumplen con las dimensiones establecidas, no obstante, una menor proporción de las empresas suelen tener un nivel intermedio, debido a que están en proceso de cumplimiento respecto a las dimensiones de la competitividad.

### 3.1.2 Prueba de hipótesis.

Para la prueba de hipótesis se realizó la verificación de la normalidad de los datos (test de Kolmogorov-Smirnov y test de Shapiro-Wilk), encontrándose que las variables y las dimensiones no tienen distribución normal. Posteriormente se seleccionó la prueba no paramétrica coeficiente de correlación de Spearman, el cual fue calculado con el software SPSS v.25.0. El coeficiente de Spearman omite los datos atípicos y se enfoca en los puntos centrales de manera que ofrece un coeficiente de correlación consistente cuando la distribución de las variables no es normal.

#### 3.1.2.1 Hipótesis general.

La gestión empresarial tiene relación significativa en la competitividad de la Asociación de Agencias Aduaneras, Callao, 2018.

i. Formular la hipótesis

$H_0: \rho = 0$ ; (La gestión empresarial **no** tiene relación significativa con la competitividad de la Asociación de Agencias Aduaneras, Callao, 2018.)

$H_1: \rho \neq 0$ ; (La gestión empresarial **si** tiene relación significativa con la competitividad de la Asociación de Agencias Aduaneras, Callao, 2018.)

ii. Nivel de significancia ( $\alpha$ ):  $\alpha = 0.05$

iii. Estadístico de prueba: Coeficiente de correlación de Spearman y significancia p-valor  $< 0.05$

Tabla 43

*Prueba de hipótesis general: Rho de Spearman*

		<b>Competitividad</b>	
<b>Rho de Spearman</b>	Gestión Empresarial	Coeficiente de correlación	0.508
		Sig. (bilateral)	0.023
		N	23

iv. Decisión:

(RHo) Rechazar la hipótesis nula.

v. Conclusión

Con un nivel de significancia del 0.05, hay evidencia estadística para afirmar que la gestión empresarial **sí** tiene una relación significativa en la competitividad de la Asociación de Agencias Aduaneras, Callao, 2018.

### 3.1.2.2 Hipótesis específica 1.

El rendimiento del servicio tiene relación significativa sobre la competitividad de la Asociación de Agencias Aduaneras, Callao, 2018.

i. Formular la hipótesis de investigación

$H_0: \rho = 0$ ; (El rendimiento del servicio **no** tiene relación significativa con la competitividad de la Asociación de Agencias Aduaneras, Callao, 2018.)

$H_1: \rho \neq 0$ ; (El rendimiento del servicio **si** tiene relación significativa con la competitividad de la Asociación de Agencias Aduaneras, Callao, 2018.)

ii. Nivel de significancia ( $\alpha$ ):  $\alpha = 0.05$

iii. Estadístico de prueba: Coeficiente de correlación de Spearman y significancia p-valor  $< 0.05$

Tabla 44

*Prueba de hipótesis específica 1: Rho de Spearman*

		<b>Competitividad</b>	
<b>Rho de Spearman</b>	Rendimiento del Servicio	Coeficiente de correlación	0.538
		Sig. (bilateral)	0.008
		N	23

iv. Decisión:

(RHo) Rechazar la hipótesis nula.

v. Conclusión

Con un nivel de significancia del 0.05, hay evidencia estadística para afirmar que el rendimiento del servicio **si** tiene una relación significativa en la competitividad de la Asociación de Agencias Aduaneras, Callao, 2018.

### 3.1.2.3 Hipótesis específica 2.

El mercadeo y ventas tienen relación significativa sobre la competitividad de la Asociación de Agencias Aduaneras, Callao, 2018.

- i. Formular la hipótesis de investigación

$H_0: \rho = 0$ ; (El mercadeo y ventas **no** tienen relación significativa con la competitividad de la Asociación de Agencias Aduaneras, Callao, 2018.)

$H_1: \rho \neq 0$ ; (El mercadeo y ventas **si** tienen relación significativa con la competitividad de la Asociación de Agencias Aduaneras, Callao, 2018.)

- ii. Nivel de significación ( $\alpha$ ):  $\alpha = 0.05$

- iii. Estadístico de prueba: Coeficiente de correlación de Spearman y significancia p-valor <0.05

Tabla 45

*Prueba de hipótesis específica 2: Rho de Spearman*

		<b>Competitividad</b>	
<b>Rho de Spearman</b>	Mercadeo y Ventas	Coeficiente de correlación	0.631
		Sig. (bilateral)	0.002
		N	23

- iv. Decisión:

(RHo) Rechazar la hipótesis nula.

- v. Conclusión

Con un nivel de significancia del 0.05, hay evidencia estadística para afirmar que el mercadeo y ventas **si** tiene relación significativa en la competitividad de la Asociación de Agencias Aduaneras, Callao, 2018.

### 3.1.2.4 Hipótesis específica 3.

El área financiera tiene relación significativa sobre la competitividad de la Asociación de Agencias Aduaneras, Callao, 2018.

vi. Formular la hipótesis de investigación

$H_0: \rho = 0$ ; (El área financiera **no** tiene relación significativa con la competitividad de la Asociación de Agencias Aduaneras, Callao, 2018.)

$H_1: \rho \neq 0$ ; (El área financiera **si** tiene relación significativa con la competitividad de la Asociación de Agencias Aduaneras, Callao, 2018.)

vii. Nivel de significación ( $\alpha$ ):  $\alpha = 0.05$

viii. Estadístico de prueba: Coeficiente de correlación y significancia p-valor  $< 0.05$

Tabla 46  
*Prueba de hipótesis específica 3: Rho de Spearman*

		Competitividad	
<b>Rho de Spearman</b>	Área Financiera	Coeficiente de correlación	0.486
		Sig. (bilateral)	0.048
	N	23	

ix. Decisión:

(RHo) Rechazar la hipótesis nula.

x. Conclusión

Con un nivel de significancia del 0.05, hay evidencia estadística para afirmar que el área financiera **si** tiene relación significativa en la competitividad de la Asociación de Agencias Aduaneras, Callao, 2018.

### 3.1.2.5 Hipótesis específica 4.

La gestión humana tiene relación significativa la competitividad de la Asociación de Agencias Aduaneras, Callao, 2018.

xi. Formular la hipótesis de investigación

$H_0: \rho = 0$ ; (La gestión humana **no** tiene relación significativa con la competitividad de la Asociación de Agencias Aduaneras, Callao, 2018.)

$H_1: \rho \neq 0$ ; (La gestión humana **si** tiene relación significativa con la competitividad de la Asociación de Agencias Aduaneras, Callao, 2018.)

xii. Nivel de significación ( $\alpha$ ):  $\alpha = 0.05$

xiii. Estadístico de prueba: Coeficiente de correlación de Spearman y significancia p-valor  $<0.05$

Tabla 47

*Prueba de hipótesis específica 4: Rho de Spearman*

		<b>Competitividad</b>	
<b>Rho de Spearman</b>	Gestión Humana	Coeficiente de correlación	0.509
		Sig. (bilateral)	0.021
		N	23

xiv. Decisión:

(RHo) Rechazar la hipótesis nula.

xv. Conclusión

Con un nivel de significancia del 0.05, hay evidencia estadística para afirmar que la gestión humana **sí** tiene relación significativa en la competitividad de la Asociación de Agencias Aduaneras, Callao, 2018

## Discusión.

Los resultados de las pruebas de hipótesis demuestran que la gestión empresarial se relaciona positiva y significativamente con la competitividad de las empresas de la Asociación de Agentes de Aduana, Callao; asimismo se verifica que en su mayoría mantienen un nivel de gestión adecuado, así como un nivel alto de competitividad, basado en la información recopilada mediante el instrumento de investigación. En vista que se ha verificado que las hipótesis son ciertas, se ha procedido a discutir los resultados según los hallazgos de otras investigaciones.

Después de realizada la investigación se ha logrado determinar que la relación de la gestión empresarial en la competitividad de las empresas de la Asociación de Agencias Aduaneras del Perú, Callao, es significativa. Similares resultados fueron encontrados por Álvarez (2017), en su estudio a 152 empresarios Mypes, encontró la existencia de una correlación positiva entre las variables competitividad y gestión empresarial. Aunque la asociación es baja entre las variables de estudio se concreta que la correlación es un indicio muy importante en el desempeño de la empresa. Asimismo, Castillo (2017) determinó que existe influencia significativa entre la gestión empresarial y la competitividad en las MYPEs del Centro Comercial Covida.

Por otra parte, se determinó que la relación que tiene el rendimiento del servicio con la competitividad de las empresas de la Asociación de Agencias Aduaneras del Perú, Callao, es significativa. De la misma manera, Llave y Muñico (2017) señalan que el rendimiento del servicio es una Estrategia de Gestión Empresarial que influye sobre la competitividad de las empresas.

Los resultados de la relación que tiene el mercadeo y ventas con la competitividad de las empresas de la Asociación de Agencias Aduaneras del Perú, Callao, son favorables. Al respecto, Muriel (2017), en una investigación similar a la presente, resaltó la presencia de una relación entre la estrategia empresarial y la competitividad de las agencias de aduana, de la misma manera estableció que el mercadeo y ventas predomina en las agencias de aduana como estrategia intensiva.

De la misma manera, se encontró que el área financiera se relaciona con la competitividad de las empresas de la Asociación de Agencias Aduaneras del Perú, Callao, 2018. Este resultado es congruente con Sánchez et al. (2015), quien realizó un análisis de los factores clave que buscan explicar el accionar competitivo de las agencias aduanales de ciudad Miguel Alemán, Tamaulipas; estableciendo que la originalidad en ideas (servicios diferenciados) asociado al área financiera es un elemento que cuenta con grado de significancia para la competitividad de las agencias aduaneras en estudio. De la misma forma, López (2015) encontró que el modelo de gestión basada en la relación con los clientes contribuye sustancialmente con los resultados financieros y esta última influye en el nivel de competitividad de las empresas.

Por otro lado, se ha determinado que la relación que tiene la gestión humana con la competitividad de las empresas de la Asociación de Agencias Aduaneras del Perú, Callao, es significativa. En similar línea, Loayza y Curasma (2014) encontraron que la implementación de la gestión empresarial arrojó el incremento del nivel de competitividad de las empresas del sector textil, así como en las áreas de planeamiento estratégico, producción y operaciones, aseguramiento de la calidad, comercialización, contabilidad y finanzas, recursos humanos, gestión ambiental, y sistemas de la información.

La gestión empresarial cumple un rol importante en el incremento de la competitividad, básicamente las empresas necesitan desarrollar las dimensiones de mercadeo y ventas, área financiera, gestión humana y rendimiento del servicio para asegurar que la competitividad se encuentre en niveles aceptables.

### 3.2 Conclusiones.

**General:** Se ha determinado que la gestión empresarial tiene relación significativa sobre la competitividad de las empresas de la Asociación de Agencias Aduaneras, Callao, 2018, obteniéndose un coeficiente de correlación de Spearman de 0.508, el cual resulta ser significativo al 0.05. Básicamente, las empresas en su mayoría mantienen un nivel adecuado de gestión empresarial y un nivel alto de competitividad.

- a) Se determinó que la relación que tiene el rendimiento del servicio sobre la competitividad de las empresas de la Asociación de Agencias Aduaneras, Callao, 2018 es significativa, teniendo en cuenta que el coeficiente de correlación de Spearman fue de 0.538. Asimismo, se ha encontrado que el rendimiento del servicio resulta ser adecuado en el 86.96% de las empresas de la Asociación de Agencias Aduaneras, Callao.
- b) Se ha determinado que la relación que tiene el mercadeo y ventas sobre la competitividad de las empresas de la Asociación de Agencias Aduaneras, Callao, 2018 es significativa obteniéndose un coeficiente de correlación de Spearman de 0.631, valor significativo al 0.05. Además, se ha encontrado que el 60.87% tiene un nivel adecuado de mercadeo y ventas.
- c) Se ha determinado que la relación que tiene el área financiera sobre la competitividad de las empresas de la Asociación de Agencias Aduaneras, Callao, 2018 es significativa, pues el coeficiente de correlación de Spearman fue de 0.486. Al respecto se ha encontrado que el nivel es alto respecto al área financiera.
- d) Se ha determinado que la relación de la gestión humana sobre la competitividad de las empresas de la Asociación de Agencias Aduaneras, Callao, 2018 resulta ser significativa, toda vez que el coeficiente de correlación de Spearman fue de 0.509, el cual es significativo al 0.05. Al respecto se ha encontrado que el 100% de las empresas tienen un nivel adecuado.

### 3.3 Recomendaciones.

**General:** Se recomienda que las empresas desarrollen un plan de estrategias de gestión empresarial para mejorar la competitividad de las empresas aduaneras, si bien es cierto que su nivel de competitividad es alto, el mercado resulta ser cambiante.

- a) El rendimiento del servicio en una empresa de servicio suele uno de los principales pilares para mejorar la competitividad, por lo tanto, es necesario que las empresas innoven constantemente en los servicios que brindan, ofreciendo diversas presentaciones y similares.
- b) El mercadeo y ventas contribuye la competitividad pues resulta relevante que se apliquen estrategias de marketing para abarcar más mercados, así como dar a conocer las características de los servicios.
- c) El área financiera es otro de los pilares para impulsar la competitividad, por lo que se sugiere revisar apropiadamente los indicadores financieros para conocer la situación de la empresa.
- d) La gestión humana representa el tallo de una empresa, por lo que se sugiere que brindar las condiciones necesarias al personal de manera que se incremente la competitividad.

## Referencias bibliográficas

- AAAP. (23 de Enero de 2018). *Asociación de Agentes de Aduanas del Perú*. Obtenido de Nuestros Asociados: <http://www.aaap.org.pe/index.php/nosotros/nuestros-asociados>
- Agorreca, V. (2017). *Sistema de gestión de calidad, bajo la norma ISO 9001:2008, como herramienta competitiva en las pymes familiares*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- Álcivar, A. (2015). *Hacia la expansión del comercio internacional de la empresa local: Propuesta de un plan para el estudio de la competitividad en empresas exportadoras de productos terminados ubicados en la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil.
- Álvarez, J. (2017). *La gestión empresarial de las Mypes y su relación con la competitividad de ventas en el emporio de gamarra, La Victoria, 2017*. LIMA: Universidad César Vallejo.
- Benzaquen, J. (2010). Un índice regional de competitividad para un país. *Revista Cepal*, 1-18.
- Benzaquen, J., Del Carpio, L., Zegarra, L., & Valdivia, C. (2010). Un índice regional de competitividad para un país. *Revista de la Cepal*, 69-86.
- Bernal, F. (2011). Agente de aduanas. *Actualidad empresarial*, 4.
- Burgos, M. (2014). *La política de capacitación como un mecanismo para la mejora de su competitividad: análisis del sector maderero en el distrito de Villa el Salvador - Lima metropolitana*. Lima : Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Cabrera, A., López, P., & Ramírez, M. (2011). *La competitividad empresarial: Un marco conceptual para su estudio*. Bogotá: Ediciones Universal Central.
- Calderón, M. (2015). *Análisis de competitividad empresarial en las pymes del sector del calzado del barrio El Restrepo de la ciudad de Bogotá, a partir del factor humano*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

- Camisón, C., Cruz, S., & González, T. (2006). *Gestión de la calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Valencia: Alberto Cañizal.
- Campos, F., & Mendez, A. (2015). *Estudio de la gestión empresarial y su efecto en el desarrollo de las PyMES del cantón San Jacinto de Yaguachi 2013-2014*. Milagro: Universidad Estatal de Milagro.
- Castillo, J. (2017). *La gestión empresarial y su influencia en la competitividad de las MYPEs del centro comercial Covida, Los Olivos, año 2017*. Lima: Universidad César Vallejo.
- Centrum Católica. (2011). *Competitividad y Desarrollo: Evolución y perspectivas recientes*. Lima: Metrocolor S.A.
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración*. México D.f.: Mc Graw Hill.
- Editorial Definición MX. (25 de Julio de 2013). *Definición*. Obtenido de Definición MX: <https://definicion.mx/?s=Gesti%C3%B3n%20Empresarial>
- Esse, K., Wolfgang, H., Messner, D., & Meyer-Stamer, J. (1996). Competitividad sistémica: Nuevo desafío para las empresas y la política. *Revista de la CEPAL*, 1-16.
- Fong, C. (2017). *Las teorías de la ventaja competitiva*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- García, J. (2005). *Fundamentos de gestión empresarial*. Casanueva Rocha: Piramide.
- García, T. (2003). *El cuestionario como instrumento de investigación/evaluación*. Feira de Santana: Universidad de Santana.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México D.f.: Mc Graw Hill.
- Hernández, S., & Pulido, A. (2011). *Fundamentos de gestión empresarial*. México D.F.: Mc Graw Hill.

- Jácome, M. (3 de Septiembre de 2018). *Evaluando*. Obtenido de Evaluando: <http://www.evaluandoerp.com/cuatro-componentes-sistema-gestion/>
- Jiménez, A. (2011). La competitividad como herramienta empresarial necesaria para la inserción de las empresas en los mercados globales. *Análisis de Coyuntura*, 91-114.
- Llave, O., & Muñico, M. (2017). *Estrategias de gestión empresarial y la competitividad en el periodo 2016 - 2017*. Lima: Universidad Privada del Norte.
- Loayza, A., & Curasma, S. (2014). Gestión empresarial, nivel de competitividad y productividad de empresas del sector textil de Huancayo. *Apuntes de Ciencia y Sociedad*, 4(1), 15-24.
- López, S. (2015). *Evaluación de los resultados financieros al implementar el modelo de la gestión basada en la administración de la relación con los clientes (Customer Relationship Management - CRM-) en las Agencias de Aduana de Guatemala*. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Marín, L. (2015). *Propuesta de medición de la competitividad de las PyMES en la provincia de Córdoba*. Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba - Facultad de ciencias económicas.
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2006). *Glosario de términos aduaneros*. Lima : Defensoría del Contribuyente y Usuario Aduanero.
- Montilla, O. (2004). *Modelo de evaluación de gestión de empresas industriales del subsector de cosméticos*. Cali: Estudios gerenciales.
- Muñoz, M. (2015). Técnicas de gestión empresarial en la globalización. *Revista de ciencias sociales*, 3-15.
- Muriel, G. (2017). *Estrategia empresarial y competitividad de las agencias de aduana en el distrito de Tacna, 2016-2017*. Tacna: Universidad Privada de Tacna.

- Otero, G. (2006). *Competitividad: Marco conceptual y análisis sectorial para la provincia de Buenos Aires*. La Plata: Ministerio de Economía.
- Oyarce, D., & Jorge, A. (2013). Excelencia empresarial y competitividad: ¿una relación fructífera? *Panorama Socioeconómico*, 58-63.
- Porter, M. (2008). *Estrategia Competitiva*. México D.F.: Patria.
- Rubio, P. (2008). *Introducción a la gestión empresarial*. Madrid: Instituto Europeo de Gestión Empresarial.
- Saavedra, L. (2012). *Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana*. Barranquilla: Pensamiento y gestión.
- Sánchez, D., Herrero, P., García, M., Reyna, D., & Rosos, M. (2015). Factores que influyen en la competitividad de las agencias aduanales. Caso Miguel Alemán, frontera México-USA. *Universo de la Tecnológica*, 9-12.
- Santillán, J. (2010). *Competitividad de las micro y pequeñas empresas constructoras dedicadas a la edificación en el Distrito Federal*. México D.F.: Facultad de Contaduría y Administración, UNAM.
- Tam, J., Vera, G., & Ricardo, O. (2008). *Tipos, métodos y estrategias de investigación científica*. Lima: Escuela de posgrado - Universidad Agraria La Molina.
- Tarí, J. (2000). *Calidad total: fuente de ventaja competitiva*. Alicante : Universidad de Alicante.
- Zamora, A., & Lenin, J. (2015). Competitividad de la administración de las aduanas en el marco del comercio internacional Contaduría y Administración. *Universidad Nacional Autónoma de México*, 60(1), 205-228.

## **Anexos**

## Anexo 1

### Matriz de Consistencia

Título: Gestión empresarial y su influencia en la competitividad de la Asociación de Agencias Aduaneras, Callao, 2018

Autor(es): Favio Lucciano, Balbín Monge; Carlos Arturo, Bellido Huamaní

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES	METODOLOGÍA	MUESTRA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p><b>Problema General:</b> ¿Qué relación tiene la gestión empresarial en la competitividad de las empresas de la Asociación de Agencias Aduaneras del Perú, Callao, 2018?</p> <p><b>Problemas Específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>¿Qué relación tiene el rendimiento de servicio en la competitividad de las empresas de la Asociación de Agencias Aduaneras del Perú, Callao, 2018?</li> <li>¿Qué relación tiene el mercadeo y ventas en la competitividad de las empresas de la Asociación de Agencias Aduaneras del Perú, Callao, 2018?</li> </ul>	<p><b>Objetivo General:</b> Determinar la relación de la gestión empresarial en la competitividad de las empresas de la Asociación de Agencias Aduaneras del Perú, Callao, 2018.</p> <p><b>Objetivos Específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Determinar la relación que tiene el rendimiento del servicio en la competitividad de las empresas de la Asociación de Agencias Aduaneras del Perú, Callao, 2018.</li> </ul>	<p><b>Hipótesis General:</b> La gestión empresarial tiene relación significativa en la competitividad de las empresas de la Asociación de Agencias Aduaneras del Perú, Callao, 2018.</p> <p><b>Hipótesis Específicas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>El rendimiento del servicio tiene relación significativamente en la competitividad de las empresas de la Asociación de Agencias Aduaneras del Perú, Callao, 2018.</li> <li>El mercadeo y ventas tiene relación significativa en la competitividad de las empresas de la Asociación de Agencias Aduaneras del Perú, Callao, 2018.</li> </ul>	<p><b>Variable Dependiente:</b>  Competitividad empresarial</p> <p><b>Variables Independientes:</b></p> <p>Gestión empresarial</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Rendimiento del servicio</li> <li>Mercadeo y ventas</li> <li>Área financiera</li> <li>Gestión humana</li> </ul>	<p><b>Tipo de Investigación:</b>  Investigación aplicada</p> <p><b>Nivel de Investigación:</b>  Explicativo</p> <p><b>Método General:</b>  Cuantitativo</p> <p><b>Diseño:</b>  No experimental transversal</p>	<p><b>Población:</b>  Agentes de aduanas con domicilio legal en el Callao</p> <p><b>Muestra:</b>  23 Agentes de Aduanas con domicilio legal en el Callao</p> <p><b>Muestreo:</b>  Muestreo no probabilístico por cuotas</p>	<p><b>Técnicas:</b>  Encuesta</p> <p><b>Instrumentos:</b>  Cuestionarios por ambas variables de estudio</p>

---

<p>del Perú, Callao, 2018?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cómo se relaciona el área financiera en la competitividad de las empresas de la Asociación de Agencias Aduaneras del Perú, Callao, 2018?</li> <li>• ¿Cómo se relaciona la gestión humana en la competitividad de las empresas de la Asociación de Agencias Aduaneras del Perú, Callao, 2018.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar la relación que tiene el mercadeo y ventas en la competitividad de las empresas de la Asociación de Agencias Aduaneras del Perú, Callao, 2018.</li> <li>• Determinar la relación que tiene el área financiera en la competitividad de las empresas de la Asociación de Agencias Aduaneras del Perú, Callao, 2018.</li> <li>• Determinar la influencia que tiene la gestión humana en la competitividad de las empresas de la Asociación de Agencias Aduaneras del Perú, Callao, 2018.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El área financiera tiene relación significativa en la competitividad de las empresas de la Asociación de Agencias Aduaneras del Perú, Callao, 2018.</li> <li>• La gestión humana tiene relación significativa en la competitividad de las empresas de la Asociación de Agencias Aduaneras del Perú, Callao, 2018</li> </ul>
--	--	--

---

## Anexo 2

### Instrumento de investigación

UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA  
NEGOCIOS INTERNACIONALES

#### CUESTIONARIO: Gestión empresarial y su influencia en la competitividad de la Asociación de Agentes de Aduana, Callao, 2018

Código:

Buen día Sr(a), este cuestionario pretende recopilar información sobre Gestión empresarial y su influencia en la competitividad de la Asociación de Agentes de Aduana, Callao, 2018. La respuesta a este cuestionario es voluntaria por lo que usted está en su derecho de contestarlo o no. Asimismo se indica que las respuestas brindadas son anónimas y se conservarán de forma discreta.

#### I. INFORMACIÓN GENERAL

##### 1.1. NOMBRE DE LA EMPRESA

##### 1.2. R.U.C.

#### II. GESTIÓN EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD EN LAS EMPRESAS ADUANERAS CALLAO - 2018

A continuación se presenta un total de 20 afirmaciones respecto a la la gestión empresarial y 21 afirmaciones respecto a la competitividad en agencias aduaneras en el Callao. Con la idea de obtener mayor precisión marque con un aspa el nivel de valoración la situación actual de la empresa, de acuerdo a la siguiente escala de frecuencias:

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

Marque con un aspa (X) cada ítem

GESTIÓN EMPRESARIAL						
N°	ITEMS	1	2	3	4	5
<b>A. RENDIMIENTO DEL SERVICIO</b>						
1	Siempre existe disponibilidad para tomar nuevos servicios					
2	El rendimiento del servicio se mantiene siempre en un nivel alto					
3	La calidad del servicio de la empresa satisface los requerimientos del cliente					
4	La empresa cumple la realización del servicio con efectividad					
5	El tiempo perdido por máquinas y equipos se mantiene al mínimo					
<b>B. MERCADEO Y VENTAS</b>						
6	Se logra el cumplimiento de presupuesto de ventas de la empresa					
7	La empresa lanza nuevos productos de manera constante					
8	La empresa constantemente cuenta con nuevas líneas de negocio					
9	La empresa logra obtener clientes nuevos en cada periodo					
10	La empresa logra superar el porcentaje de ventas del periodo anterior					
<b>C. ÁREA FINANCIERA</b>						
11	El endeudamiento total de la empresa se encuentra en un grado aceptable					
12	La cobertura de intereses de la empresa se logra en su totalidad					
13	La rentabilidad patrimonial que logra la empresa es suficiente para su funcionamiento					
14	La empresa logra la ejecución presupuestal de sus gastos					
15	La empresa cuenta con una buena rotación de cartera					
<b>D. GESTIÓN HUMANA</b>						
16	La rotación de personal de la empresa es baja					
17	El bienestar social de los empleados de la empresa es bueno					
18	La capacitación de personal de los empleados de la empresa es constante					
19	El ausentismo por accidentes de los empleados de la empresa es mínimo					
20	La eficiencia laboral de los empleados es alta					

COMPETITIVIDAD						
N°	ITEMS	1	2	3	4	5
<b>A. CAPACIDAD PARA GENERAR UTILIDADES</b>						
1	La rentabilidad y productividad obtenidas por la empresa son las adecuadas					
2	La empresa tiene capacidad para generar utilidades sosteniblemente					
<b>B. ADMINISTRAR CON EFICIENCIA LOS RECURSOS</b>						
3	La empresa realiza un uso óptimo de sus recursos					
4	Se logra emplear los recursos según lo programado					
<b>C. CALIDAD</b>						
5	La empresa realiza una planeación y previsión de la calidad de su servicio					
6	El gerente comprende el concepto de costo de la no calidad					
7	La empresa implementa la comunicación como estrategia de calidad					
<b>D. TECNOLOGÍA</b>						
8	La empresa cuenta con el equipo y las máquinas necesarias para llevar a cabo su labor					
9	La empresa gestiona adecuadamente la tecnología que emplea					
10	La empresa se encuentra en un camino hacia la autosuficiencia de procesos					
<b>E. CAPITAL HUMANO</b>						
11	Los trabajadores cuentan con la experiencia personal necesaria para realizar el trabajo					
12	La empresa capacita a sus empleados para hacerlos más eficientes					
13	La retribución económica se da acorde a la labor que lleva a cabo el personal					
<b>F. VALORES DE LA EMPRESA</b>						
14	La empresa actúa con responsabilidad ante los problemas de sus clientes					
15	La empresa cuenta con valores éticos que guían sus actividades					
<b>G. MERCADO</b>						
16	La empresa implementa la negociación para lograr mantenerse vigente					
17	La empresa cuenta con la capacidad para enfrentar la competencia					
<b>H. MEDIOAMBIENTE</b>						
18	La empresa es responsable con el medio ambiente					
19	La empresa lleva a cabo acciones para cuidar el medio ambiente					
<b>I. NORMAS Y REGLAMENTOS TÉCNICOS</b>						
20	La empresa cumple con las normas técnicas de seguridad					
21	La empresa cuenta con conocimientos de la normatividad y el reglamento que regulan sus actividades					

Hemos terminado. Muchas gracias por tu colaboración.

### Anexo 3

#### Lista de Agencias Aduaneras

N°	RUC	AGENTE	DIRECCIÓN	DISTRITO	TELÉFONO	REPRESENTANTE
1	20517123154	ADM ADUANAS S.A.C.	JR. CHANCAY NRO. 200 - URB. SANTA MARINA	CALLAO	614-7272 614-7290	GUSTAVO ADOLFO WANDA CARHUAYO
2	20172023089	ADUAMERICA S.A.	AV. FEDERICO FERNANDINI 253 SANTA MARINA	CALLAO	625-5000	LINDA RAMOS PERCEROS
3	20269413931	ADUANERA CAPRICORNIO S.A.	AV.DOS DE MAYO # 671 OF.203 - CALLAO	CALLAO	4202022 – 4653132	PORTOCARRERO GARCIA MIGUEL ALBERTO
4	20292566086	AGENCIA AFIANZADA DE ADUANA J.K.M. S.A.C.	CENTRO AEREO COMERCIAL OF. 102 A NIVEL B	CALLAO	574-0299 574-0298 575-5226 574-9275	JOSE GUILLERMO TORRES VALDERRAMA
5	20100407796	AGENCIA DE ADUANA JESUS GUTIERREZ TORREBLANCA S.R.L.	AV. SAN JOSE NÑ 557 1ER PISO URB. SAN JOSE BELLAVISTA	CALLAO	452-2804 452-2876	JUANA ZOILA JULIANA BOLIVAR SORIANO
6	20257094465	AGENCIA DE ADUANA MACROMAR S.A.	CENTRO AEREO COMERCIAL MOD. B 409-B	CALLAO	575-5369 575-1554 575-3808 575-4549	ENRIQUE CABALLERO MENDEZ
7	20419559459	AGENCIA DE ADUANA RRR DEL PACIFICO SAC	CALLE LOS CONDORES NÑ 161 OF 401 URB SAN JOSE BELLAVISTA	CALLAO	561-2009 561-2988	RENAN LA TORRE TERRAZAS
8	20304221471	AGENCIA DE ADUANA VICMAR S.A.	PASAJE INDEPENDENCIA NÑ 332-334	CALLAO	465-1905 453-3943	DELGADO MARTINEZ, VICTOR AURELIO
9	20100255325	AGENCIAS RANSA S.A.	AV. ARGENTINA N 2833	CALLAO	313-6000	JUDY SUBAUSTE GILDEMEISTER
10	20504094571	AGENTES CORPORATIVOS S.A.	AV. BOCA NEGRA NÑ 395 OF. B URB. INDUS. BOCANEGRA	CALLAO	484-4075 574-4749	PEDRO JOSE RAMOS PORTUGAL
11	20101383378	ALICIA GUZMAN DE CASTILLO S.A.	AV. 02 DE MAYO NÑ 731 OF 201	CALLAO	719-6600	ALICIA GUZMAN CAVERO VDA. DE CASTILLO
12	20101396861	CARLOS BELLO S.A.C.	JR. MILLER NÑ 450 PISO 10	CALLAO	429-8780	MANUEL ANTONIO BELLO SUTER
13	20100397383	CARLOS NUÑEZ JENKINS S.A.	JUAN FANNING 145 LA PUNTA	CALLAO	429-1040 - 429-3617 - 429-3288	CESAR RAUL NUÑEZ MANCO
14	20508644303	CHOICE ADUANAS S.A.C.	JR. MILLER NRO. 450 INT. 601 (PISO 6)	CALLAO	613-6015 - 575-3672 - 575-3668 631-4640	DAVID A. TORRES HUBY
15	20478175524	CLI GESTIONES ADUANERAS SA	AV. ELMER FAUCETT 2879, PISO 03- OF. 328 LIMA CARGO CITY	CALLAO	6146900	GIOVANNI RAMIRO KLEIN BRACAMONTE
16	20513144769	CLP OPERADOR LOGISTICO S.A.C.	AV. LA MARINA 622 - URB. BENJAMÍN DOIG	LA PERLA - CALLAO	652-6310	JUAN MISAEL ESPEJO LACUNZA
17	20421365068	CORPORACION INTERANDINA S.A. DESPACHADORE S ADUANEROS	AV. SAENZ PEÑA 236 OFC. 205 CALLAO	CALLAO	4295994 - 4299268 – 4530595	MANUEL ALEXIS BRICEÑO BELTRAN

18	20521204541	DEPISA S.A. AGENCIA DE ADUANA	CAL.5 MZ.D LT.7 URB. GRIMANESA (2 PARALELAS A AV. E. FAUCETT CDRA 19)	CALLAO	575-3377	MUSSO VENTO RAUL ALBERTO FRANCISCO
19	20385817836	DHL EXPRESS ADUANAS PERU S.A.C.	CALLE 1 MZ. A LOTE 6 1ETA. IND. BOCA NEGRA	CALLAO	575-4433 517- 2500 931-6678 574-1720 517- 2500	ORLANDO ZEVALLOS COELLO
20	20389395481	DHL GLOBAL FORWARDING ADUANAS PERU S.A.	CALLE 1 MZ F SUBLOTE 2B- 2C URBANIZACION BOCANEGRA	CALLAO	574-1330	NIDIA NELIDA QUISPE CASTAÑEDA
21	20551314651	DPA ADUANAS S.A.C.	CALLE LOS HELIOTROPOS 274 OF.3A URB. VIPOL	CALLAO	594-1991	DAVID JESUS KCACHA MIRANDA
22	20505043015	EFRINSA AGENTES DE ADUANA S.A.	CALLE ATILIO BATTIFORA 152 - URB. MI REFUGIO	CALLAO	561-2222	GIOVANA MARLENE ANGLAS MIESES
23	20502165942	FAZIO ADUANAS S.A.C.	CALLE ALEJANDRO MAGNO NÑ124 - LA PERLA	CALLAO	559-0123 559- 0030	JOSE GINO FAZIO AVILES
24	20100417082	GARCIA PERSICO S.A.C.	AV. SAENZ PEÑA NÑ 1836 - BELLAVISTA	CALLAO	429-2035 429- 8232 429-4947 465-7516	HERNAN GARICA PERSICO
25	20518254970	HANSA ADUANAS SOCIEDAD ANONIMA	AV SAN JOSE 417 URB. SAN JOSE - BELLAVISTA CALLAO	CALLAO	2064600 998386111	JHONNY ARTURO CALDERON SUAREZ
26	20135627845	HECTOR GONZALES SANDI AG. AF. DE AD. S.A.	CENTRO AEREO COMERCIAL OF 220	CALLAO	517-2742 - 5172730 - 5172744 - 958543009	JOSE ESCALANTE ROMERO
27	20547891571	HERRAN AGENCIA DE ADUANAS S.A.C.	CALLE FRANCISCO QUIROZ NÑ 385 - 4TO PISO URB. STELLA MARIS	BELLAVIST A - CALLAO	498-6101	FERMIN E. AVANTO REYNA
28	20100246768	INTERAMERICAN SERVICE CO. S.A.C.	JR. TALARA NÑ 140 3ER PISO	CALLAO	613-6400	MÑNICA FREUND DELTA
29	20514497118	ISCO ADUANA S.A.C.	JR. TALARA 140 3ER. PISO URB. SANTA MARINA - CALLAO	CALLAO	6136400 - 4297048	FREUNDT BOSIO EDUARDO MIGUEL
30	20101368221	JOSE V. MOLFINO S.A	AV. ALMIRANTE MIGUEL GRAU 156	CALLAO	429-4510 429- 9994 429-5598	CARLOS A. MOLFINO CORDERO
31	20536546732	JRC ADUANAS S.A.	AV SANTA ROSA NRO. 122 - LA PERLA	CALLAO	429-9000 453- 2365	CHIRE BANDA FAUSTO JESUS
32	20100008824	LAVALLE SUITO DESPACHAD. ADUANEROS S.A.	AV. MIGUEL CAPURRO NÑ 216 IND. LA CHALACA	CALLAO	465-7100 465- 7107 465-7103	HUGO BRIGNETI LOZADA
33	20109827071	LUMEN S.A.C. AGENCIA DE ADUANA	CTRO. AEREO COMERCIAL OF. 206-207 MOD. "A"	CALLAO	574-1140 - 574-1141 - 574-1142	LUIS GERMAN MENDOZA PIZARRO
34	20508624531	MANEJOS INTEGRALES ADUANEROS S.A.	AV. ELMER FAUCETT NÑ 1815 URB. JARDINES VIRU	BELLAVIST A - CALLAO	561-5133 452- 9832 452-9844	AUGUSTO FERNANDO BAZALAR QUIROZ
35	20478075651	MEGA CUSTOMS LOGISTIC S.A.C.	CENTRO AEREO COMERCIAL	CALLAO	456-3531 484- 8023 575-0254 484-1876	CORBACHO CUEVA RICARDO JESUS

		AGENCIA DE ADUANA	(OF. 204,MODULO A SECTOR B II ETAPA)			
36	20100408849	MIASA INTEGRACION ADUANERA S.A.	AV. DOS DE MAYO 731 OF 701 Y 702	CALLAO	717-8989 - 453-2490 - 453-2487 -	VICTOR MANUEL RONDAN ROMAN
37	20511117373	MONTEVERDE ADUANERA S.A.C.	AV SANTA ROSA No.330	LA PERLA - CALLAO	465-8329 453-1853 4690424	MAXIMO ALEJANDRO FLORES RIMACHE
38	20517712737	MUELLES AGENTES DE ADUANAS S.A.C.	CL.LAS ORQUIDEAS 263-267 INT.201 URB.JARDINES DE VIRU	BELLAVIST A CALLAO	451-0678 98131*9415	RAMOS PORTUGAL PEDRO JOSE
39	20501458679	NEW WORLD ADUANAS S.A.C.	CENTRO AEREO COMERCIAL 212 MOD A SETC B	CALLAO	484-2313 574-6112	RENZO HUGO PIAGGIO PELOSI
40	20340278209	ORBIS AGENTES DE ADUANA S.A.C.	AV. VICTOR R. HAYA DE LA TORRE 464	LA PERLA - CALLAO	457-1166 319-0270	JOSE AUGURTO ZAPATA
41	20426107041	P. & ASOC S.A.	JR. LAMBAYEQUE 210 URB. SANTA MARINA	CALLAO	465-2959	ALONZO JOSE BUSTAMANTE HAEBERLE
42	20566177791	PACIFICO DESPACHOS SAC	AV. A Y NESTOR GAMBETTA S/N INT 1 CALLAO	CALLAO	5770689	CARDENAS CASTILLO JULIA IDA
43	20492537889	PARTNER LOGISTIC MGL SAC	AV. ELMER FAUCETT Y TOMAS VALLE S/N C.A.C. OF 105 MOD 'A' SECTOR "B"	CALLAO	574-5014 575-6245	GIRAO APARCANA MELINA ALEYDA
44	20122344143	POST MAR S.A.	AV. DOS DE MAYO 280	CALLAO	429-7279 578-0185 429-7890	LUIS A. ROEL SACO
45	20511830533	R&R LOGISTICA INTEGRAL S.A.C.	CAL.LOS ZAFIROS N.106 URB.SAN ANTONIO (X EL ESTADIO MIGUEL GRAU)	BELLAVIST A - CALLAO	465-2201 - 429-9279	RICARDO MARCOS RAFAEL REBOSIO
46	20526325363	SAN MIGUEL SERVICIOS LOGISTICOS SRL	CAL.LOS TUCANES NRO. 125 INT. 301 URB. SAN JOSE	CALLAO	7447172 073-600244	ROBERT MARTIN TAYLOR CHUECA
47	20100412366	SAVAR AGENTES DE ADUANA S.A.	AV. BOCANEGRA NÑ 274	CALLAO	613-7070 – 6167700	VICENTE RICARDO LOAYZA CARRANZA
48	20463958590	SCHARFF LOGISTICA INTEGRADA S.A.	CALLE LOS CEDROS NÑ 143 FUNDO BOCANEGRA	(ALT.CDRA 48 ELMER FOUCETT) CALLAO	517-1600 517-1650	HUGO COLINO MONROY
49	20124227683	SERVICIOS INTERNACIONALE S ZETA S.A.	AV. FAUCETT CDRA 30 -S/N- OF 103 A	CALLAO	575-1805	JUAN ZAVALETA SALVADOR
50	20115866355	TECNOSUR S.A.	JIRON COLON NRO 260	CALLAO	219-9100	CARLOS MAURICIO ARANDA LEVY
51	20507389571	TLI ADUANAS S.A.C.	CAL. BOLOGNESI NRO. 274 BELLAVISTA	CALLAO	6136100 6136116	RENZO RICARDO JIMENEZ CEBRECO
52	20390455080	TRANSEL AGENCIA DE ADUANA S.A.	CALLE B 263 URB. INDUSTRIAL BOCA NEGRA CALLAO	CALLAO	614-2700	SIXTO FERNANDO LANDAURO SAENZ
53	20209791359	UCL ADUANAS S.A.C	CALLE PEDRO PAULET NÑ 110-130 2DO. Y 3ER. PISO	BELLAVIST A - CALLAO	411-1970	JORGE TIZNADO CABELLO

54	20523689950	UNIADUANAS AGENTE DE ADUANAS S.A.C.	AV. QUILCA 545	CALLAO	6169780 6169797	AGUSTIN NICOLAS SUEYRAS GAZZO
55	20547438583	UPS ADUANAS PERU SAC	AV. ELMER FAUCETT 2851 OF 213	CALLAO	634-2600	ALEX CRUZ CASTILLO
56	20264522952	W. MERCHOR S.A.C.	AV. SAENZ PEÑA N° 284 OF 704	CALLAO	453-0040 453- 0047 453-6604	WASHINGTON GAVILANO MONTALVA

## ANEXO 4

### DISEÑO DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN:

#### I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres del Informante: Adriazola Zevallas, Juan Carlos
- 1.2. Cargo e institución donde labora: Director - Gerente Estudio Adriazola
- 1.3. Nombre del Instrumento motivo de Evaluación: ENCUESTARIO
- 1.4. Autor del instrumento: ELABORACION PROPIA

#### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

DIMENSIONES	INDICADORES	Deficiente 00 - 20%	Regular 21 - 40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en información concreta				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología				X	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica				X	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				X	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para temas de investigación				X	
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos técnicos - científicos correspondientes al tema.				X	
8. COHERENCIA	Entre los ítems, indicadores y las dimensiones.				X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico				X	

#### III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

#### IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

Lugar y fecha: USIL 25/10/2018

  
 Firma del Experto Informante  
 DNE. N° 08712449  
 Teléfono N° 934764450

## ANEXO 5

### OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Ítems
Gestión empresarial	Chiavenato (2006) explica que la gestión empresarial es el proceso de planear, organizar, direccionar y controlar los recursos (intelectuales, humanos, materiales y financieros) de una institución, con la meta de obtener el máximo beneficio o alcanzar sus objetivos	Mercadeo y ventas	1. Se logra el cumplimiento de presupuesto de ventas de la empresa 2. La empresa lanza nuevos productos de manera constante 3. La empresa constantemente cuenta con nuevas líneas de negocio 4. La empresa logra obtener clientes nuevos en cada periodo 5. La empresa logra superar el porcentaje de ventas del periodo anterior
		Área financiera	6. El endeudamiento total de la empresa se encuentra en un grado aceptable 7. La cobertura de intereses de la empresa se logra en su totalidad 8. La rentabilidad patrimonial que logra la empresa es suficiente para su funcionamiento 9. La empresa logra la ejecución presupuestal de sus gastos 10. La empresa cuenta con una buena rotación de cartera
		Gestión humana	11. La rotación de personal de la empresa es baja 12. El bienestar social de los empleados de la empresa es bueno 13. La capacitación de personal de los empleados de la empresa es constante 14. El ausentismo por accidentes de los empleados de la empresa es mínimo

			15. La eficiencia laboral de los empleados es alta
			16. Siempre existe disponibilidad para tomar nuevos servicios
			17. El rendimiento del servicio se mantiene siempre en un nivel alto
		Rendimiento del servicio	18. La calidad del servicio de la empresa satisface los requerimientos del cliente
			19. La empresa cumple la realización del servicio con efectividad
			20. El tiempo perdido por máquinas y equipos se mantiene al mínimo
		Capacidad para generar utilidades	1. La rentabilidad y productividad obtenidas por la empresa son las adecuadas
			2. La empresa tiene capacidad para generar utilidades sosteniblemente
		Administrar con eficiencia los recursos	3. La empresa realiza un uso óptimo de sus recursos
			4. Se logra emplear los recursos según lo programado
		Calidad	5. La empresa realiza una planeación y previsión de la calidad de su servicio
			6. El gerente comprende el concepto de costo de la no calidad
			7. La empresa implementa la comunicación como estrategia de calidad
		Tecnología	8. La empresa cuenta con el equipo y las máquinas necesarias para llevar a cabo su labor
			9. La empresa gestiona adecuadamente la tecnología que emplea
			10. La empresa se encuentra en un camino hacia la autosuficiencia de procesos
Competitividad	Porter (2008) explica que la competitividad consiste en la capacidad de una organización para sostener a lo largo del tiempo e incrementar su participación al interior de los mercados internacionales, al mismo tiempo que genera un nivel de vida más alto para la población. Indica también que el único y mejor camino para lograr este objetivo es mediante un aumento de la productividad de los empleados.		

Capital humano	11. Los trabajadores cuentan con la experiencia personal necesaria para realizar el trabajo
	12. La empresa capacita a sus empleados para hacerlos más eficientes
	13. La retribución económica se da acorde a la labor que lleva a cabo el personal
Valores de la empresa	14. La empresa actúa con responsabilidad ante los problemas de sus clientes
	15. La empresa cuenta con valores éticos que guían sus actividades
Mercado	16. La empresa implementa la negociación para lograr mantenerse vigente
	17. La empresa cuenta con la capacidad para enfrentar la competencia
Medioambiente	18. La empresa es responsable con el medio ambiente
	19. La empresa lleva a cabo acciones para cuidar el medio ambiente
Normas y reglamentos técnicos	20. La empresa cumple con las normas técnicas de seguridad
	21. La empresa cuenta con conocimientos de la normatividad y el reglamento que regulan sus actividades