

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

“TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL PROCESO
ADUANERO DE IMPORTACIÓN EN LAS
AGENCIAS DE ADUANAS DE LIMA DURANTE LA
PANDEMIA COVID 19. PERÚ 2020-2021”

Tesis optar el título profesional de:

Licenciado en Administración y Negocios Internacionales.

Autor:

Cesar Johan Uribe Castillo

Asesor:

Mg. Ivan Orlando Tantalean Tapia

<https://orcid.org/0000-0003-1877-2183>

Lima - Perú

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	Gustavo Isaac Barrantes Morales	40957810
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	Víctor Hugo Haro Hidalgo	09862514
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	Paulo Eduardo Soriano Torres	43959124
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mis amigos Dante, José y Víctor quienes fueron un gran apoyo emocional durante el tiempo en que escribí esta tesis. A mis padres y hermana quienes me apoyaron todo el tiempo, a mi familia quienes me apoyaron y alentaron para continuar, cuando parecía que me iba a rendir y lo más importante a mis hijos Stefhano y Kamila.

Cesar Johan Uribe Castillo

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios todo poderoso, a todos los que me ayudaron para escribir y concluir esta tesis, para todos esos apoyos incondicionales y a mi profesor Dr. Pedro Espino, aun sin importar muchas veces no ponía atención en clase, siempre confió en mi persona.

Cesar Johan Uribe Castillo

Tabla de contenido

JURADO CALIFICADOR	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
TABLA DE CONTENIDO	5
ÍNDICE DE GRÁFICOS	9
RESUMEN	11
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	12
1.1. Realidad problemática	12
1.1.1 Antecedentes	12
1.1.1.1 Antecedentes Internacionales	12
1.1.2.2 Antecedentes Nacionales	14
1.1.2 Justificación	17
1.1.2.1 Justificación Teórica	17
1.1.2.2 Justificación Metodológica	17
1.1.2.3 Justificación Practica	18
1.1.2.4 Justificación Legal	18
1.1.3 Tema de Investigación	19

1.2. Formulación del problema	20
1.2.1 Problema General	20
1.2.2 Problema Específicos	20
1.3. Objetivos	21
1.3.1 Objetivo General	21
1.3.2 Objetivos Específicos	22
1.4 Hipotesis	22
1.4.1 Hipótesis General	22
1.4.2. Hipótesis Específicos	22
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	24
2.1 Diseño de la Investigación	24
2.1.1 Encuesta	24
2.2 Población	25
2.3 Muestra	25
2.4. Operacionalización de Variables	26
2.5 Técnicas e Instrumentos	26
2.6 Procedimiento de Tratamiento	27
2.7 Análisis de Datos	28
2.8 Aspectos Éticos	29

CAPÍTULO III: RESULTADOS	30
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	38
4.1 Limitaciones	38
4.2. Implicancias	39
4.3 Conclusiones	47
4.4 Recomendaciones	49
REFERENCIAS	50
ANEXOS	56
1.1 Marco Conceptual	56
1..2 Bases Teóricas	59
1.3 Normativa Relacionada	61
1.4 Análisis del Sector Regional y Local de la Transformación Digital	65
2. Artículos en referencia a las variables	72
3. Artículos en referencia a las variables	75
4. Artículos en referencia a las variables	78
5. Artículos en referencia a las variables	81
6. Matriz de variables	85
7. Formato de Encuesta	87
8. Formato de muestra de los Representantes Aduaneros, encuestados	91
9. Formato de Representantes Aduaneros, encuestados	95
10. Análisis a cada pregunta de la investigación	158

11. Esaclamiento Likert	167
12. Relación de Agentes de Aduanas de Lima- Callao, 2020-2021	172
13 Formato de validación de Expertos - encuestados	184
14. Matriz de consistencia	189

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: ¿Qué es la Transformación Digital, para usted?	30
Gráfico 2: ¿Cree usted que tan importante el uso de estos canales virtuales en el proceso de despacho aduanero de importación, según su opinión?	30
Gráfico 3: ¿Qué tan satisfecho estas con los beneficios que trajo consigo la implementación de canales virtuales dentro del proceso de importación?	31
Gráfico 4: ¿Qué tan satisfecho estas con el uso de estos canales virtuales agilizo los procesos administrativos de la Agencia de Aduanas?	31
Gráfico 5: ¿Creó usted importante la implementación de nuevos softwares o plataformas virtuales, debido a estos nuevos cambios?	32
Gráfico 6: ¿Con que frecuencia consideras que el desarrollo de la transformación digital ha generado mayor simplicidad en los procesos de importación con respecto a procesos anteriores?	32
Gráfico 7: ¿Con que frecuencia se han presentan frecuentemente obstáculos y/o inconvenientes en este proceso de la transformación digital y/o canales virtuales?	33
Gráfico 8: ¿Qué tan importante, cree usted que falta mayor capacitación por parte del personal en SUNAT?	33

Gráfico 9: ¿Qué tan importante, cree usted el uso de los programas FAST representa un gran avance para la organización?	34
Gráfico 10: ¿Qué tan importante, cree usted que falta mejorar el proceso de implementación en la transformación digital para beneficios de los comitentes y/o importadores?	34
Gráfico 11: ¿Qué tan importante, cree usted que el sector Aduanero es uno de los que más tiene que adaptarse a este tipo de cambios?	35
Gráfico 12: ¿Ha generado alguna reducción de costos Administrativos aplicando transformación digital?	35
Gráfico 13: ¿Qué tan difícil fue la implementación de aprendizajes en el proceso de transformación digital?	36
Gráfico 14: ¿Con que frecuencia alcanzaron logros en el proceso de transformación digital?	36
Gráfico 15: ¿Qué tan satisfecho estas con los logros alcanzados con el proceso de transformación digital?	37
Gráfico 16: ¿Qué tan difícil, cree usted que serán los siguientes pasos en el proceso de transformación digital?	37

RESUMEN

La pandemia Covi-19 en el Perú trajo consigo un entorno cambiante, procesos nuevos de regulaciones aduaneras e implementaciones de canales virtuales y son pocas agencias de aduanas que han podido adaptar positivamente. Debido a que se buscaba evitar el contacto físico entre las personas y surgieron carencias ante la necesidad de hacer operaciones de manera virtual. Por tal motivo, la Aduana Peruana realizó múltiples esfuerzos en ampliar sus implementaciones de sus plataformas digitales. Pero el Perú aún tiene una brecha digital con respecto a otros países para poder competir, generar seguridad y estar estandarizado ante los demás entes reguladores, gubernamentales y organizaciones a nivel mundial.

El objetivo principal de la investigación es comprender el efecto de “La Transformación Digital en el proceso Aduanero de Importación en las Agencias de Aduana de Lima durante la Pandemia COVI 19. Perú 2020-2021”.

La presente investigación comprende recopilación bibliográfica y la metodología a desarrollar será mediante un enfoque cualitativo y cuantitativo del tipo exploratoria-descriptiva y muestreo por conveniencia. Se realizaron 21 encuestas, las cuales fueron válidas, tabuladas e interpretadas, debido que no se pudo obtener un tamaño muestral mayor, lo cual impidió hacer un análisis de mayor profundidad, por limitaciones de tiempo y confidencialidad.

PALABRAS CLAVES: Transformación digital, Digitalización en Aduanas, Plataforma Digital, Mandató Electrónico, Mesa de Parte Virtual.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

1.1.1 Antecedentes.

1.1.1.1 Antecedentes Internacionales.

Para Dmitrieva, O., Rudakova, E., Alexandrova, J., Majerčák, P. & Majerčák, J. (2021), en su tesis “*Customs Procedure of Customs Transit for the Carriage of Goods by Roads in Russia. Transportation Research Procedia*”. Tuvieron como objetivo principal la cualificación en el exterior y destacaron la relevancia de los sistemas automatizados en plataformas digitales. Otro de sus objetivos fue de trazabilidad, se basaron en la intensificación de la capacidad competitiva de la economía de la nación y su desempeño en los métodos del Gobierno. Otro de los privilegios fue la implementación del dispositivo de información, esto generó la desaparición de la utilización del papel, por tal motivo generó agilidad en los trámites y en los procesos aduaneros. Otro de los objetivos radica que las gestiones aduaneras no debieron restringir la relación entre las instituciones nacionales, por otra parte, debieron ejecutar interacción con otros entes reguladores, organismos y/o organizaciones intervinientes del comercio internacional. Aplicaron una metodología la cual fue cuantitativa mediante un diagnóstico comparativo de estadísticas oficiales y de documentos. En conclusión, realizaron una gestión de riesgos de manera eficiente, se basaron en el

desarrollo de seguridad de la información, lo cual ayudo a las autoridades aduaneras en sus gestiones de riesgos de tipo competente.

Por otra parte Pavlova & Smolia (2020), en su tesis *“Digitalization of Tax and Customs Control of Foreign Trade Operations. Economic Systems in the New Era: Stable Systems in an Unstable World”*, manifestaron la evaluación tributaria de la Federación de Rusia y la digitalización en los procedimientos aduaneros. Los autores consideraron que la transformación digital en ambos criterios permitió: el monitoreo de la carga en tiempo real, agilización de formatos y crecimiento en la recaudación tributaria y que el Gobierno obtuvo avances significativos en sus operaciones aduaneras. Su metodología fue aplicativa, la cual fue cualitativa a través de un análisis del diagnóstico, posibles motivos, marco conceptual, valoración y evaluación de resultados de la investigación. En conclusión, obtuvieron un resultado en un ahorro considerable en tiempos y costos, fue necesario introducir la digitalización como elemento fundamental en los métodos, así como la incorporación de los sistemas e infraestructura, y la ausencia de hechos burocráticos y deficientes.

De la misma manera Nelson (2020), en su tesis titulada: *“World Customs Organization and global trade: imprints and future paradigms. World Customs Journal”*, indico como objetivo principal como alcanzo la facilitación del comercio internacional la OMA, por medio de la agilización de procedimientos aduaneros. Su principal obtención fue que la OMA concreto: las normativas internacionales que aseguro la integración aduanera,

el progreso de estándares y la interacción de información entre países miembros. El autor destacó las funciones que cumplen y continúan ejecutando la OMA como exclusivo organismo intergubernamental que dispuso de garantizar la facilitación del comercio a nivel Mundial (Nelson, 2020) . Otras funciones que realizó la Organización Mundial de Aduanas fueron: el aseguramiento de la cadena, el cual fue la interacción de la inteligencia entre países mediante la información detallada de datos a nivel mundial, dichas medidas fueron ejecutables por las autoridades, por ejemplo: las incautaciones e identificación de atentados de tráfico de drogas, dinero y tabaco, entre otros. Su enfoque aplicado fue la evaluación inductiva y el análisis de vinculación para verificar la repercusión de la OMA en los países miembros.

1.1.1.2 Antecedentes Nacionales.

Para Crovetto & Yupanqui (2022), en su tesis “*La transformación digital de la Aduana peruana y sus consecuencias en el proceso de despacho aduanero de importación de las agencias de aduanas de Lima y Callao durante el periodo Julio 2018- Julio 2020*”. Tuvo como objetivos específicos: conocer si la transformación digital tuvo repercusión en el proceso de despacho aduanero de importación de las agencias de aduanas de Lima y Callao durante el periodo de julio 2018 a julio 2020. Comprendió si el uso de canales virtuales permitió agilizar los procesos administrativos de importación de las agencias de aduanas de Lima y Callao durante el periodo

julio 2018 a julio 2020. Conoció los efectos de la reducción de presentación de documentos en línea para las agencias aduana de Lima y Callao en el periodo de julio 2018 a julio 2020 (Crovetto Morales & Yupanqui Ramírez, 2022). La metodología aplicada fue de acuerdo a los antecedentes obtenidos, fue pertinente emplear un enfoque cualitativo bajo un tipo de estudio de teoría fundamentada de corte transversal y alcance exploratorio. Y llegó a las siguientes conclusiones: concluyo que la transformación digital, sí influyó de manera positiva en el proceso de despacho aduanero de importación de las agencias de aduana de Lima y Callao durante el periodo julio 2018 a julio 2020, brindando mayor agilidad, simplicidad y facilidad en los trámites documentarios; con ello, trajo una reducción de costos y tiempo en materia de impresiones documentarias y traslados físicos de personal hacia diferentes puntos de trabajo. Asimismo, las agencias de aduanas fueron optimizando el tiempo del personal administrativo producto de la digitalización y, por lo tanto, dicho personal pudo tomar decisiones más rápidas y estuvieron a la altura de las exigencias de sus clientes.

Por otra parte Arteaga Poma (2020), en su tesis *“Transformación Digital de trámites aduaneros y la Productividad en las Agencias de Aduanas del Callao 2021”*. Manifiesto como objetivo principal: la relación entre la transformación digital de trámites aduaneros y la productividad en las agencias de aduanas del Callao 2021. El autor determino: si existió relación entre la reducción de tiempo de trámites aduaneros y la productividad en las agencias de aduanas del Callao 2021; identifiqué si existió relación entre la

reducción de los costos operativos y la productividad en las agencias de aduanas del Callao 2021, determino si existió relación entre los canales digitales y la productividad en las agencias de aduanas del callao 2021. La metodología aplicada fue cuantitativa y básica, correlacional de diseño no experimental, Y determino que existió correlación positiva y considerable entre estas variables de estudio. Y, por último que estos resultados reflejaron que la transformación digital de trámites aduaneros fue viable en su uso e implemento permitiendo a las agencias aduaneras y a los trabajadores en comercio exterior, en sus actividades laborales de manera eficiente y brindaron sus servicios de acuerdo a las exigencias de sus clientes.

Para León Vicuña (2017), en su tesis titulada “*Gestión Operativa y su incidencia en la calidad de Atención al Cliente en Agencias de Aduana, de Lima Metropolitana y Callao en el año 2017*”, tuvo como objetivo específico: el grado de eficiencia de la Gestión Operativa en Agencias de Aduana de Lima Metropolitana y Callao en el año 2017; y el grado de Calidad de atención al cliente en Agencias de Aduana de Lima Metropolitana y Callao en el año 2017. La metodología empleada fue de tipo puro aplicativo de enfoque cuantitativo, correlacional, no experimental. Concluyo: La calidad de la atención al cliente fue producto de la buena gestión operativa en el desarrollo de todas las actividades operativas de una agencia de aduana. La eficiencia de la gestión operativa dentro de las agencias de aduana tuvieron problemas de gestión y comunicación. El área comercial no brindó el apoyo

e información necesario y conforme a los requerimientos que los clientes han solicitado.

1.1.2 Justificación.

De acuerdo con Méndez (2012), la justificación de una investigación puede ser de carácter teórico, práctico o metodológico.

1.1.2.1 Justificación Teórica.

De acuerdo con Bernal (2016), en su libro:” *Metodológica de la Investigación*”, donde mencionó que en la investigación hay una justificación teórica, cuando el propósito del estudio fue generar reflexión y debate académico sobre el conocimiento existente, confrontar una teoría, contrastar resultados o hacer epistemología del conocimiento existente.

1.1.2.2 Justificación Metodológica

De acuerdo con Tirant Humanidades (2014), en su libro:” *Métodos y técnicas Cualitativas y Cuantitativas aplicadas a la Investigación en Ciencias Sociales*”, donde mencionó que la investigación científica fue la justificación metodológica del estudio, sin hondar en el tema. Cuando el proyecto realizado propone un nuevo método o una nueva estrategia para generar conocimiento válido y confiable.

La investigación utilizó un diseño exploratorio descriptivo de tipo cualitativo, tipo aplicada, exploratorio descriptivo, Las técnicas de investigación que se

utilizó en este estudio son: el cuestionario, la observación y evaluación de la realidad actual, para determinar que procesos de transformación digital han realizado las agencias de aduanas para el proceso de importación durante la pandemia del COVID 19.

1.1.2.3 Justificación Practica.

De acuerdo con Baena (2017), en su libro:” *Metodológica de la Investigación*”, donde mencionó y se consideró que una investigación tiene justificación práctica cuando generó aportes prácticos directos o indirectos relacionadas a la problemática real estudiada. Y Tirant Humanidades (2014), en su libro:” *Métodos y técnicas Cualitativas y Cuantitativas aplicadas a la Investigación en Ciencias Sociales*”, tan solo mencionan que es posible hacer justificación práctica, sin entrar en mayor detalle.

1.1.2.4 Justificación Legal.

El Decreto Supremo N.º. 029-2021-PCM que apruebo el Reglamento de la Ley de Gobierno Digital, el cual busco impulsar la incorporación de las tecnologías digitales en los servicios ofrecidos por las entidades públicas en favor de la reactivación económica del país.

Y conjuntamente con el Programa de Facilitación Aduanera, Seguridad y Transparencia (FAST) que actualmente viene desarrollando la SUNAT, fue

la iniciativa que planteaba facilitar, agilizar, automatizar y transparentar los procesos de entrada y salida de mercancías en las aduanas del país, así como en los procesos complementarios de control de operadores. Todos ellos integrados a los procesos transversales de gestión de riesgo y seguridad de la cadena logística.

1.1.3 Tema de Investigación.

En la realidad nacional desde los mediados de los años 90, el Perú se encontró desarrollando proyectos en la aduana, con el objetivo de automatizar sus trámites y procedimientos aduaneros; fue ahí, donde se creó el primer software con el nombre de Sistema Integrado de Aduanas (SIGAD) donde se realizaron la migración de todos los regímenes aduaneros hacia un nuevo lenguaje electrónico (Oyarse Cruz, 2020). Procedimientos y regímenes de importaciones y exportaciones digitales.

De acuerdo con García (2021), menciono que uno de los principales objetivos que tuvo la aduana, fue la eliminación de documentos físicos que generaban sobrecostos en toda la cadena logística, la uniformidad con la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE), el mejoramiento de la cadena de custodia en las exportaciones y la factura electrónica, 100% a julio del 2018 para las DAM (Declaración Aduanera de Mercancías). De la misma manera se tuvo como objetivo reducir el tiempo total de liberación en la importación de 100 horas a 50, así como los tiempos de exportación de 24 a 12 horas.

Por otra parte, Llenara (2021). Manifestó que, uno de los propósitos que se tuvo en el corto plazo fue reducir los tiempos de despacho aduanero; mediante formatos

electrónicos, y fortalecer el intercambio con todos los operadores ligados con el comercio exterior. Todo esto fue factible con la implementación del proceso de digitalización aduanera.

1.2. Formulación del problema

De acuerdo con Bernal (2016), en su libro:” *Metodológica de la Investigación*”, donde manifestó que una idea ha sido objeto de investigación, cuando ha sido convertido en problema de investigación. Ahora, la investigación se ha considerado un problema cuando todo aquello fue convierte en objeto de reflexión y sobre el cual fue percibido la necesidad de conocer y, por tanto, de estudiar.

1.2.1 Problema General.

- ¿Efecto de la transformación digital en el proceso aduanero de importación en las agencias de aduanas de Lima durante la pandemia COVI 19. Perú 2020-2021?

1.2.2 Problema Específicos.

- ¿De qué manera la transformación digital influyo en el proceso aduanero de importación en las agencias de aduanas de Lima durante la pandemia COVI 19. Perú 2020-2021?
- ¿El uso de canales virtuales influyó en los procesos administrativos de importación en las agencias de aduanas de Lima durante la pandemia COVI 19. Perú 2020-2021?

- ¿Cuáles fueron los principales desafíos en la presentación de documentos en línea en el proceso aduanero de importación en las agencias de aduanas de Lima durante la pandemia COVI 19. Perú 2020-2021?

1.3. Objetivos

De acuerdo con Baena (2017), en su libro:” *Metodológica de la Investigación*” dondemanifestó, que un aspecto definitivo en todo el proceso de investigación fue la definición de los planteamientos hasta donde queremos llegar con la investigación. Así, los objetivos conseguidos deben coincidir con los objetivos propuestos. Concretando el fin que pretende alcanzarse; por tanto, todo el desarrollo del trabajo de investigación se orientó a lograr estos objetivos.

1.3.1 Objetivo General.

- Comprender los procesos de transformación digital de las Agencias de Aduanas en el proceso aduanero de importación en las agencias de aduanas de lima durante la pandemia COVID 19. Perú 2020-2021.

1.3.2 Objetivos Específicos.

- Conocer si la transformación digital tuvo repercusión en el proceso aduanero de importación las agencias de aduanas de lima durante la pandemia COVID 19. Perú 2020-2021.
- Comprender si el uso de canales virtuales permitió agilizar el desarrollo administrativo en el proceso aduanero de importación en las agencias de aduanas de lima durante la pandemia COVID 19. Perú 2020-2021.

- Conocer los efectos de la reducción de presentación de documentos en línea en el proceso aduanero de importación en las agencias de aduanas de lima durante la pandemia COVID 19. Perú 2020-2021.

1.4. Hipótesis

De acuerdo con Sampieri (2014), en su libro: “*Metodológica de la Investigación*” donde menciono que la hipótesis es una explicación tentativa y esta formulada como proposición. La hipótesis ha sido guía de investigación de estudio, donde se formula; lo que se trata de probar y definir como explicaciones tentativas del fenómeno investigado.

1.4.1 Hipótesis General.

- La Transformación Digital peruana mejora el proceso aduanero de importación en las agencias de aduanas de Lima durante la pandemia COVI 19. Perú 2020-2021.

1.4.2. Hipótesis Específicos.

- La transformación digital influye positivamente en el proceso aduanero de importación en las agencias de aduanas de Lima durante la pandemia COVI 19. Perú 2020-2021.
- El uso de plataformas virtuales agiliza los procesos administrativos de importación en las agencias de aduanas de Lima durante la pandemia COVI 19. Perú 2020-2021.

- La presentación de documentos en línea tiene efectos positivos para las agencias de aduanas de Lima durante la pandemia COVI 19. Perú 2020-2021.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

2.1 Diseño de la Investigación.

La investigación utilizo un diseño exploratorio descriptivo de tipo mixto, mezclando tanto una investigación cualitativa como cuantitativa. Debido a que fue un problema poco estudiado, se encontró pocos proyectos realizados sobre transformación digital en el proceso aduanero de importación en las Agencias de Aduanas de lima durante la Pandemia del COVID 19. 2020 – 2021.

Para obtener una descripción de cada variable y comprobar la existencia de la relación entre las mismas se utilizó el diseño cuantitativo, de esta manera se efectuó el uso del diseño descriptivo correlacional para brindar un resultado más objetivo.

2.1.1 Encuesta.

Para Osorio (2001), la herramienta utilizada para la recolección de datos fue el cuestionario, debido que fue un medio útil y eficiente para recopilar la información en un tiempo relativamente abreviado, en su construcción pueden considerarse preguntas cerradas, abiertas o mixtas Osorio (2001).

La encuesta estuvo conformada por dieciséis (16) preguntas mixtas (ver anexo 7: Formato de Encuesta), que nos facilitó datos puntuales y a su vez nos proporcionó información amplia, abriendo la posibilidad de poder analizar aspectos diversos, bajo la perspectiva del colaborador.

2.2 Población.

La población ha sido el conjunto total de agencias de aduanas, con características observables comunes en un contexto y en un momento determinado según menciona Sáez (2017).

Se considero como población a todas las Agencias de Aduana de Lima-Callao vinculadas en el comercio exterior, las cuales son 313 empresas y se consideró también la estadística del sistema de Sunat (2022). (Ver anexo 12: Relación de Agentes de Aduanas de Lima- Callao, 2020 - 2021).

Para la población, se consideró a las agencias de aduanas que operan en la Provincia constitucional del Callao.

Se detallan los criterios de inclusión y exclusión.

- Criterios de inclusión de la población de estudio.
 - Agencias de Aduanas que operan la Provincia constitucional del Callao.
 - Que laboren en Agencias de Aduanas, que se encuentren en el proceso de transformación digital.
- Criterios de exclusión de la población de estudio.
 - No se consideran a otras Agencias de Aduanas del Perú.
 - Tener experiencia mínima de 2 o 3 años en el sector aduanero.

2.3 Muestra.

En cuanto al muestreo, se utilizó el criterio de selección intencional guiado por los

objetivos de la investigación. Se desarrollo una investigación exploratoria de tipo cualitativa y cuantitativa, debido a la relación y experiencia con la población de quien se investigó, el número de informantes se adecuará a las exigencias de los métodos empleados (Portas, 2018).

Por otro lado, la técnica de muestreo no probalístico, por conveniencia; permitió seleccionar aquellos casos accesibles que acepten ser incluidos. Esto, fundamentado en la accesibilidad y proximidad de los sujetos para con el investigador (Otzen & Manterola, 2017).

Se eligió por conveniencia a veinte y uno (21) Agentes de Aduanas en Lima – Callao (ver anexo 9: Formato de muestra de los Representantes Aduaneros, encuestados), debido que permitió crear un muestreo no probabilístico y no aleatorio, debido a la disponibilidad de las personas de formar parte de la muestra y que la recopilación de datos, suele tomar un menor tiempo.

2.4. Operacionalización de Variables (ver anexo table 6: Matriz de Variables)

2.5 Técnicas e Instrumentos.

Para la ejecución de la metodología se utilizó técnicas propias del enfoque cualitativo y cuantitativo. Para el caso del estudio cualitativo fue de mayor riqueza en el

análisis de los datos, del contenido y la investigación del caso de estudio, se realizó encuestas a profundidad con expertos del tema y del sector. Y en el caso del enfoque cuantitativo se realizó las encuestas a los representantes aduaneros de las agencias de aduanas, en la importación según la muestra obtenida de Lima-Callao. Las encuestas se basaron en un filtro inicial, el cual requirió que por lo menos los representantes aduaneros y/o gerentes conocieran de transformación digital y su implementación en las agencias de aduanas, además de lo que opinaron del mismo en base a su percepción como representantes aduaneros y/o gerentes.

Por otro lado, se validó los datos medidos en escala Likert y que han sido confiables a nivel de consistencia interna, se realizó el análisis discriminante para validar la hipótesis (Anexo 11: Tabla 4: Escalamiento tipo Likert), además ha sido uno de las herramientas más recurridas en Ciencias Sociales y estudios de mercado.

No obstante, existió cierta discusión sobre la estructura de estas escalas para obtener datos de calificación (Matas, 2018).

2.6 Procedimiento de Tratamiento.

Se diseñó el cuestionario con dieciséis (16) preguntas abiertas y cerradas en formato Excel (ver anexo 9: Formato de Representantes Aduaneros, encuestados) y fue validado por un (1) experto en la materia (ver anexo 13: Formato de validación de Experto –

encuestados).

La plataforma donde se diseñó el cuestionario fue en la plataforma drive. El canal fue mediante un correo electrónico y una vez recepcionado por el encuestado, se le otorgo un plazo de 48 horas para su respectivo desarrollo y entrega. Se procedió a revisar la bandeja del correo electrónico, se descargó la encuesta. Los datos recabados en las encuestas fueron tabulados y se obtuvo una base de datos, la cual fue ingresada tanto a Excel para poder realizar un análisis estadístico, en el cual se emplearán el método factorial, discriminante, tablas cruzadas y descriptivo para su análisis respectivo. Y por último se concluyó en realizar los gráficos y las interpretaciones de cada pregunta realizada.

2.7 Análisis de Datos.

El análisis de la información recolectada se dará mediante un programa Windows, Excel, para la data cuantitativa de las encuestas y de métodos estadísticos para validar las variables utilizadas. El análisis de datos aplicados es cuantitativo para expresar numéricamente el resultado de la medición de las variables y mediante procedimientos estadísticos describir fenómenos o evaluar la magnitud y confiabilidad en base a la relación de la recopilación de datos (Monje, 2011).

Técnicas para el proceso, ha sido la secuencia de actos o acciones ejecutando con

cierto orden (Adrián, 2021) y análisis, ha sido un análisis completo de un individuo con el propósito de averiguar sus causas procedentes (Martínez, 2021) de la información.

Después de tener la información de las (16) preguntas de las encuestas. Se tabulo en Excel la información a partir de los datos obtenidos de las alternativas. De tal manera fue posible explicar a los lectores los datos obtenidos.

2.8 Aspectos Éticos.

Por un tema de ética y responsabilidad académica, la investigación se desarrolló con transparencia en la recopilación de la información respetándose las referencias bibliográficas y el respeto por los derechos de autor, según la norma APA 7.

Se tuvo el compromiso de que la información analizada en la investigación, son netamente académicas y profesionales. Los datos recopilados han sido de uso interno y no será modificado y ni adulterado.

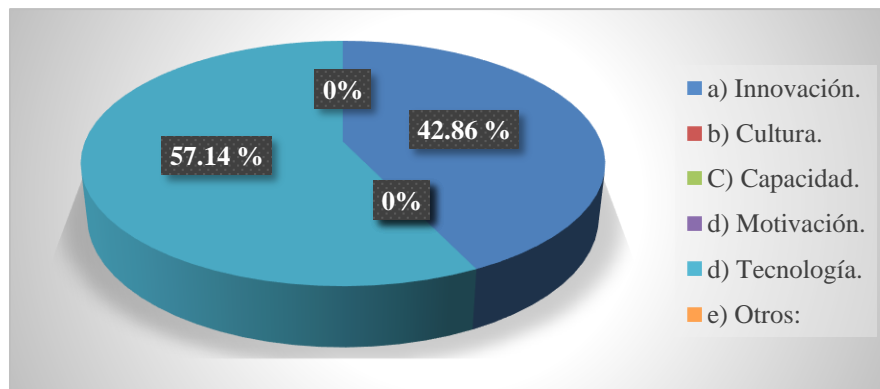
La relación que se tuvo ante los encuestados fue de estricta confidencialidad, no fueron expuestos, ni revelados y en el mantenimiento del anonimato e intimidad. Además, se acordó el derecho a acceder a los resultados y el consentimiento informado de la investigación a los encuestados.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

3.1. Empleo de gráficos (Ver anexo 10: Análisis a cada pregunta de la investigación).

Gráfico 1.

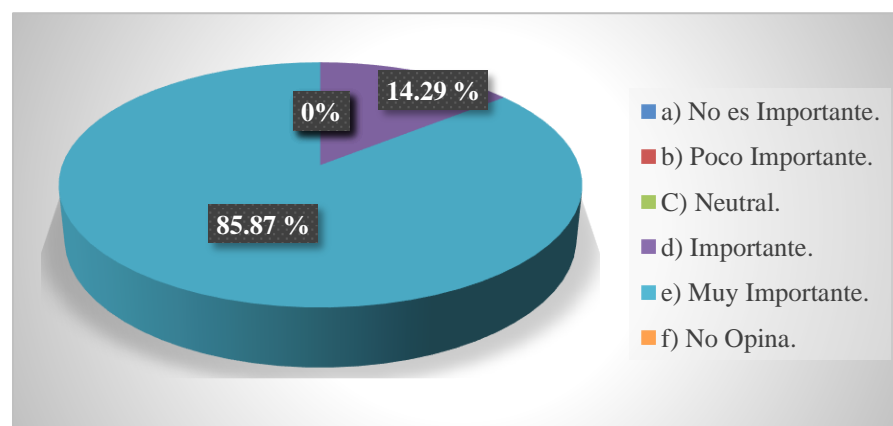
¿Qué es la Transformación Digital, para usted?



Nota: Elaboración propia.

Gráfico 2.

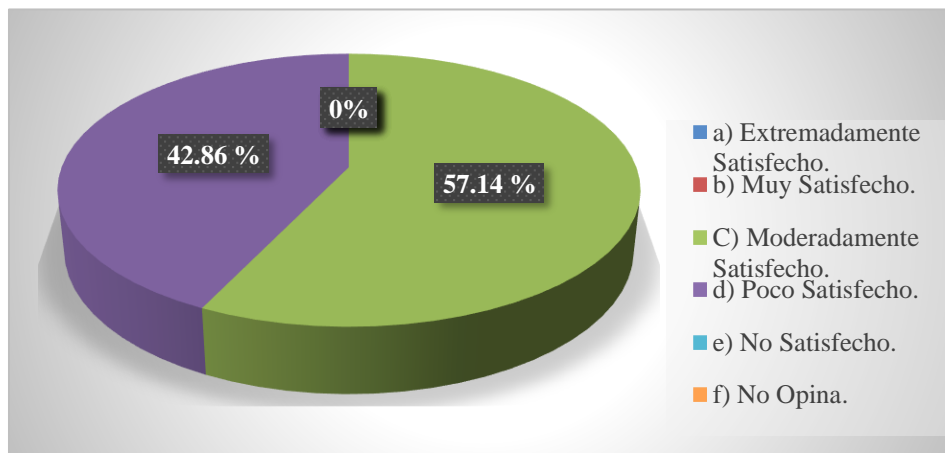
¿Cree usted que tan importante el uso de estos canales virtuales en el proceso de despacho aduanero de importación, según su opinión?



Nota: Elaboración propia.

Gráfico 3.

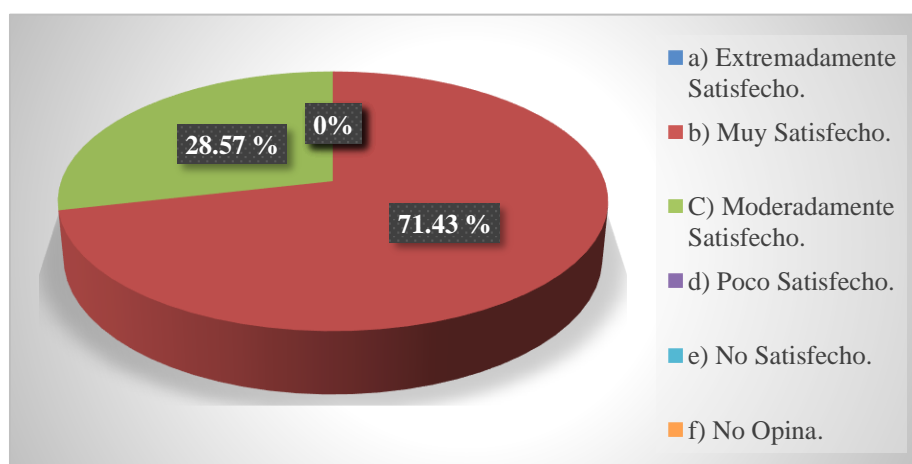
¿Qué tan satisfecho estas con los beneficios que trajo consigo la implementación de canales virtuales dentro del proceso de importación?



Nota: Elaboración propia.

Gráfico 4.

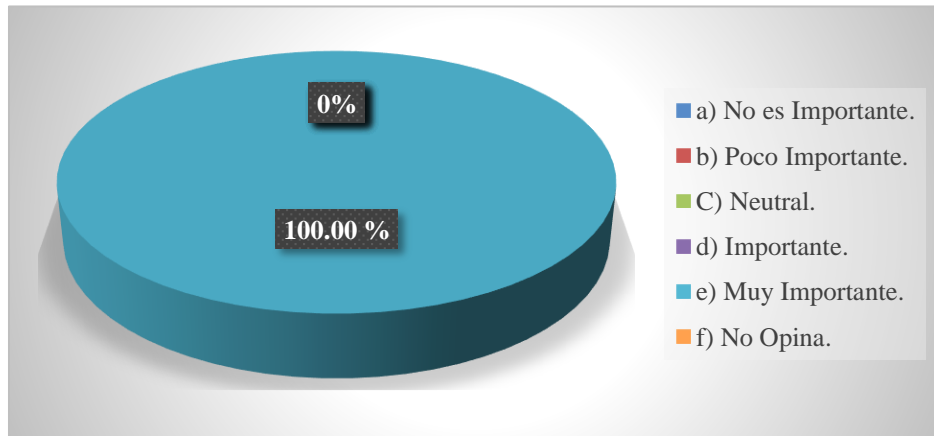
¿Qué tan satisfecho estas con el uso de estos canales virtuales agilizo los procesos administrativos de la Agencia de Aduanas?



Nota: Elaboración propia.

Gráfico 5.

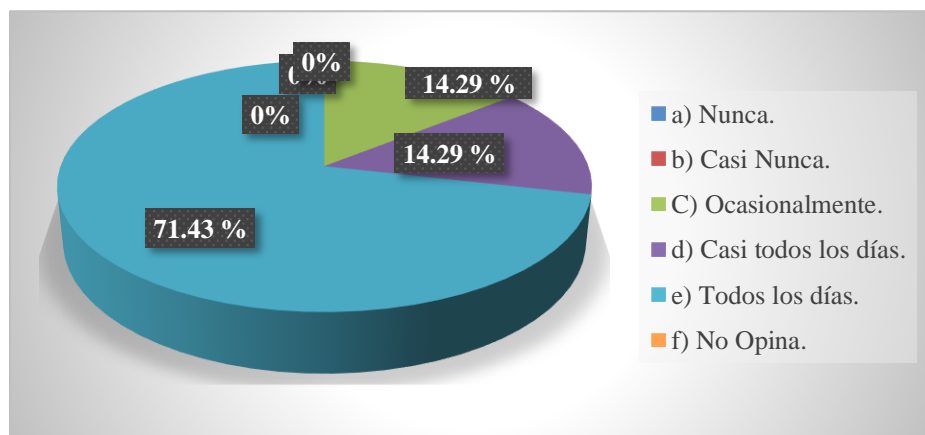
¿Creé usted importante la implementación de nuevos softwares o plataformas virtuales, debido a estos nuevos cambios?



Nota: Elaboración propia.

Gráfico 6.

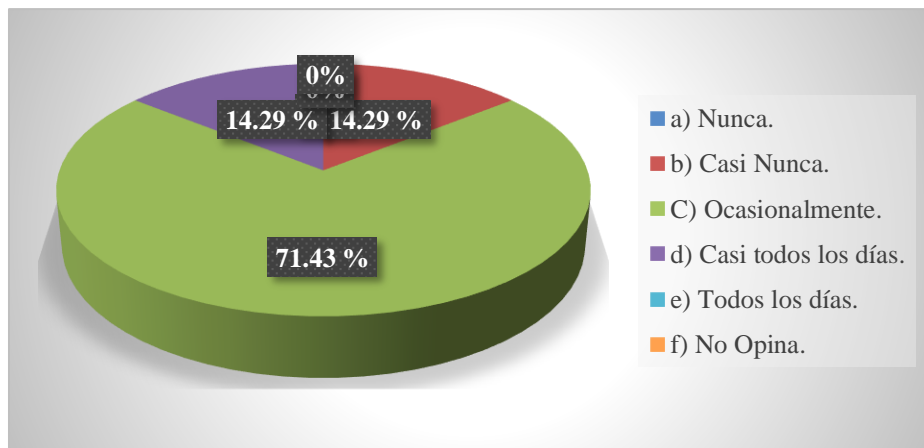
¿Con que frecuencia consideras que el desarrollo de la transformación digital ha generado mayor simplicidad en los procesos de importación con respecto a procesos anteriores?



Nota: Elaboración propia.

Gráfico 7.

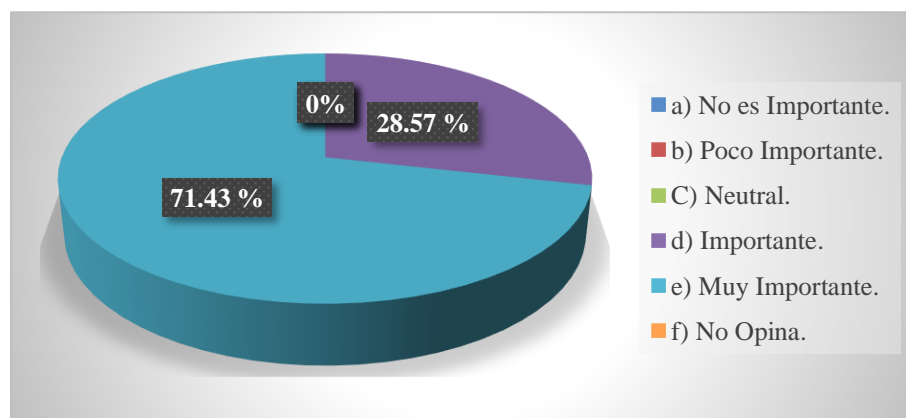
¿Con que frecuencia se han presentan frecuentemente obstáculos y/o inconvenientes en este proceso de la transformación digital y/o canales virtuales?



Nota: Elaboración propia.

Gráfico 8.

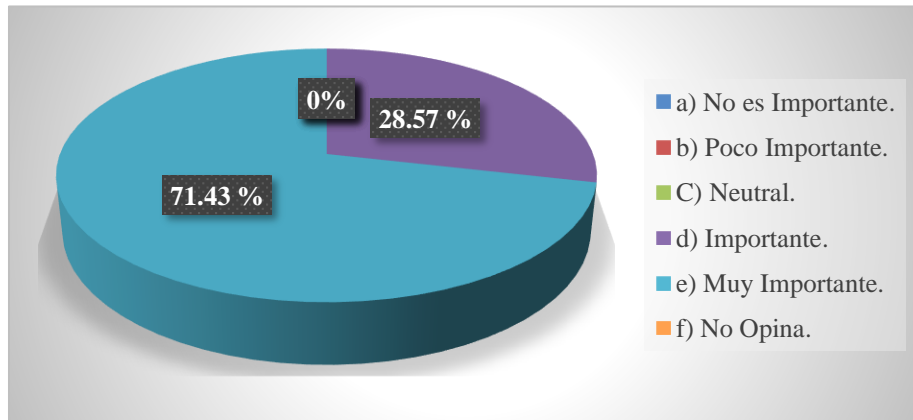
¿Qué tan importante, cree usted que falta mayor capacitación por parte del personal en SUNAT?



Nota: Elaboración propia.

Gráfico 9.

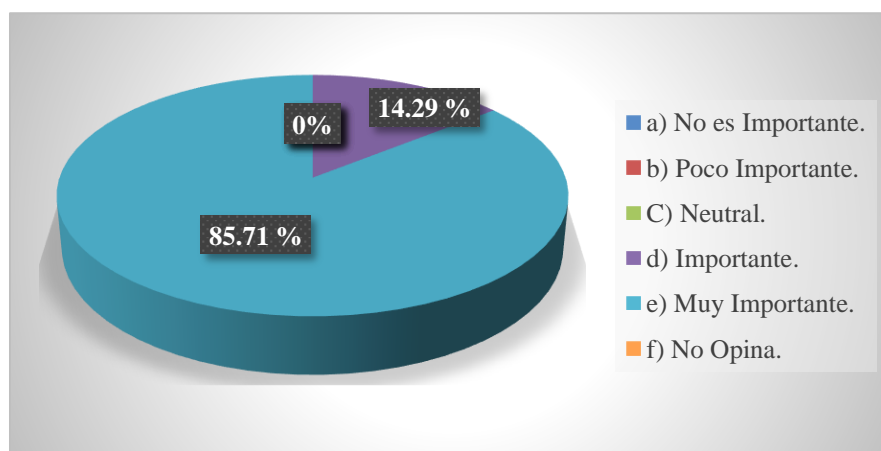
¿Qué tan importante, cree usted el uso de los programas FAST representa un gran avance para la organización?



Nota: Elaboración propia.

Gráfico 10.

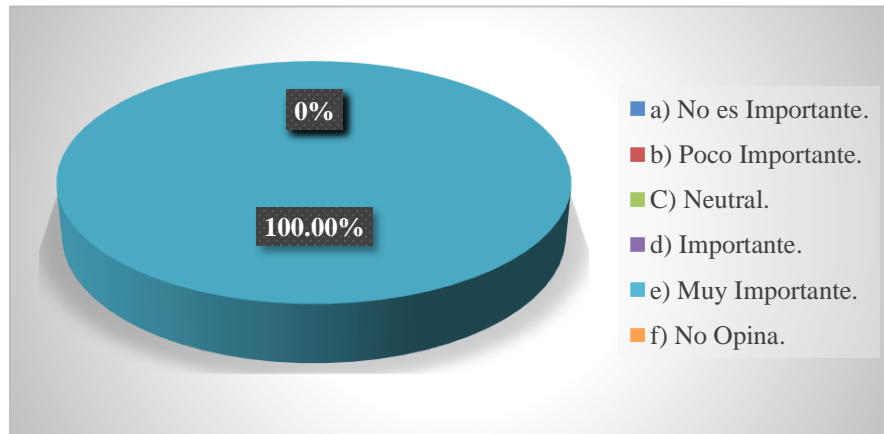
¿Qué tan importante, cree usted que falta mejorar el proceso de implementación en la transformación digital para beneficios de los comitentes y/o importadores?



Nota: Elaboración propia.

Gráfico 11.

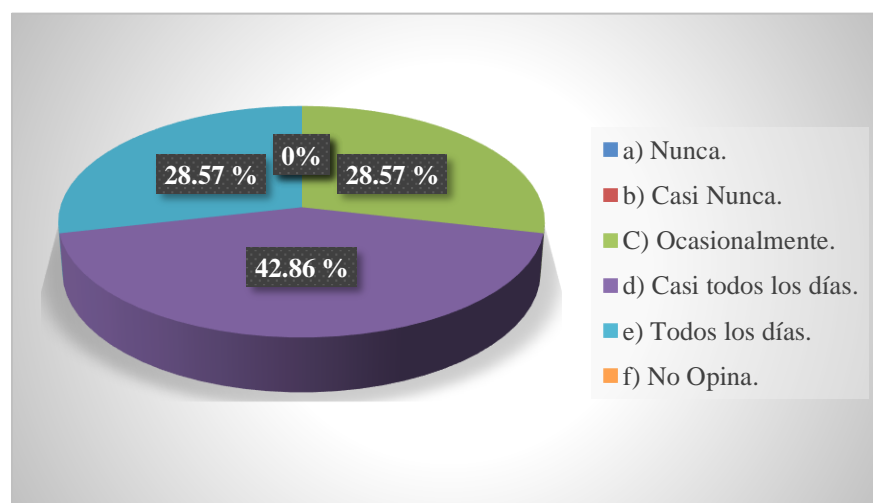
*¿Qué tan importante, cree usted que el sector Aduanero es uno de los que
más tiene que adaptarse a este tipo de cambios?*



Nota: Elaboración propia.

Gráfico 12.

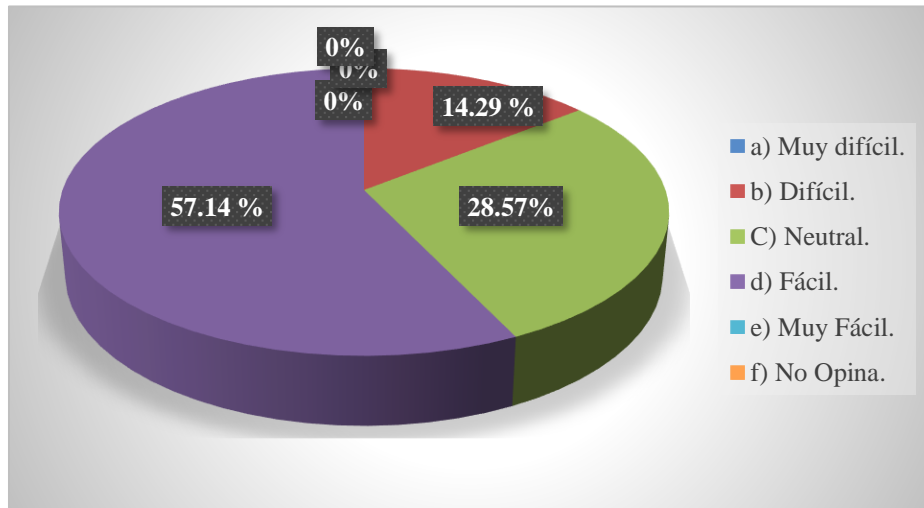
*¿Ha generado alguna reducción de costos Administrativos aplicando
transformación digital?*



Nota: Elaboración propia.

Gráfico 13.

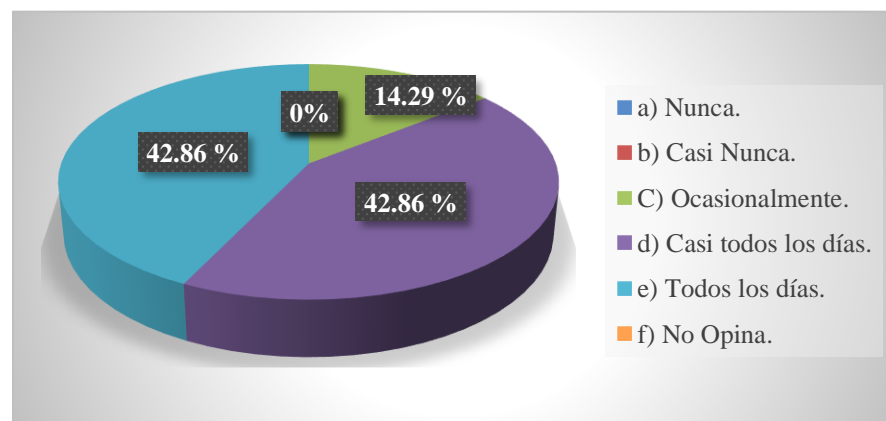
¿Qué tan difícil fue la implementación de aprendizajes en el proceso de transformación digital?



Nota: Elaboración propia.

Gráfico 14.

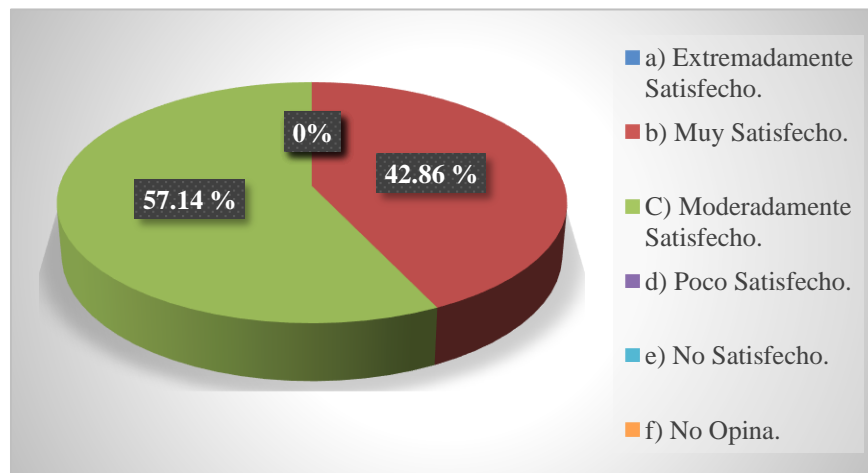
¿Con que frecuencia alcanzaron logros en el proceso de transformación digital?



Nota: Elaboración propia.

Gráfico 15.

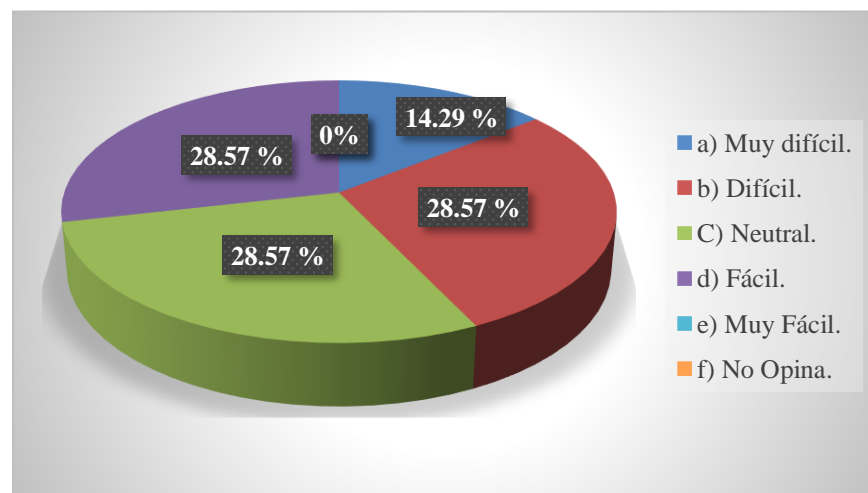
¿Qué tan satisfecho estas con los logros alcanzados con el proceso de transformación digital?



Nota: Elaboración propia.

Gráfico 16.

¿Qué tan difícil, cree usted que serán los siguientes pasos en el proceso de transformación digital?



Nota: Elaboración propia.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1. Limitaciones.

- Factor Tiempo: en referencia a la búsqueda, análisis e interpretación de la información del marco teórica, de la investigación de la encuesta para encontrar a las agencias encuestadas.
- Factor Tecnología: tuve problemas con la cobertura del wifi y conexiones inalámbricas.
- Factor Recurso Humano: Se tuvo muchas restricciones para recopilar la información de la encuesta debido que muchas agencias son reacias a disponer sus tiempos y su colaboración, considerando que no hay una relación laboral, amical y/o suma de investigación.
- Factor economía: tuve que recurrir a la compra de otro Windows para obtener los programas, para realizar específicamente el Apa (el programa Word 365).
- Factor Fuente: en la revisión y elaboración de la presente tesis, note que hay muchas fuentes desactualizadas, otras que se encuentran fuera de rango de fecha según lo que pide la universidad como máximo cinco años de fuentes del presente año 2022.

4.2. Implicancias.

A continuación, procedió el analizar de manera didáctica y profunda, en referencia a las respuestas de los encuestados, de los Representantes Aduaneros.

Cuestionario a Profundidad:

(1.) ¿Qué es la transformación digital, para usted?

De la mayoría de los representantes aduaneros asumen que la transformación digital ha sido: la innovación debido que fue algo nuevo que satisface alguna necesidad y estuvo estrechamente conectada a la ciencia y a la tecnología, siendo la ciencia el conocimiento y la tecnología su práctica, representando estos un 57.14% de los representantes aduaneros (12 encuestados). Seguida de la tecnología que ha sido el conjunto de conocimientos y técnicas que, aplicados de forma lógica y ordenada, permiten al funcionario aduanero modificar su entorno material o virtual para satisfacer sus necesidades, con un 42.86% de los representantes aduaneros (9 encuestados).

(2.) ¿Cree usted que tan importante el uso de estos canales virtuales en el proceso de despacho aduanero de importación, según su opinión?

De la mayoría de los representantes aduaneros creen que tan importante el uso de estos canales virtuales en el proceso de despacho aduanero de importación: creen que es muy importante debido que en las actividades del día conlleva la interacción y estandarización de los procesos ante Aduanas y otros entes reguladores, representando estos un 85.71% de los representantes aduaneros (18 encuestados).

Seguida por importante debemos considerar que este tipo de canales virtuales es la nueva tendencia y esquema de consecuencias del cambio del entorno ante la pandemia y sus efectos colaterales, con un 14.29% de los representantes aduaneros (3 encuestados).

(3.) ¿Qué tan satisfecho estas con los beneficios que trajo consigo la implementación de canales virtuales, dentro del proceso de importación?

De la mayoría de los representantes aduaneros que tan satisfechos están con los beneficios que trajo consigo la implementación de canales virtuales dentro del proceso de importación: que están moderadamente satisfechos este indicador nos demuestra que esta transformación debe ser complementada a través de otros tipos de herramientas para obtener otros beneficios, representando estos un 57.14% de los representantes aduaneros (12 encuestados). Seguida por pocos satisfechos debido a falta de conectividad, falta de estrategias y nuevas tendencias de desarrollo para generar un beneficio en maximizar tiempos y/o minimizar costos, con un 42.86% de los representantes aduaneros (9 encuestados).

(4.) ¿Qué tan satisfecho estas con el uso de estos canales virtuales, agilizo los procesos administrativos de la Agencia de Aduanas?

De la mayoría de los representantes aduaneros que tan satisfechos están con el uso de estos canales virtuales, agilizo los procesos administrativos de la Agencia de Aduanas: que están muy satisfechos este es un muy buen indicador debido que nos

connota que en las organizaciones han podido adaptarse y generar respuestas alternas a los nuevos canales virtuales, representando estos un 71.43% de los representantes aduaneros (15 encuestados). Seguida por moderadamente satisfechos esto se debe a la cultura organizacional y la falta de complemento del recurso humano y bases tecnológicas, con un 28.57% de los representantes aduaneros (6 encuestados).

(5.) ¿Creó usted, importante la implementación de nuevos software o plataformas virtuales, debido a estos nuevos cambios?

De la mayoría de los presentantes aduaneros creen importante la implementación de nuevos software o plataformas virtuales, debido a estos nuevos cambios: creen que es muy importante debido que permiten la ejecución de diversas aplicaciones o programas para satisfacer los nuevos cambios ante la coyuntura de la pandemia COVI 19, representando estos un 100.00% de los representantes aduaneros (21 encuestados).

(6.) ¿Con que frecuencia consideras que el desarrollo de la transformación digital ha generado mayor simplicidad, en los procesos de importación con respecto a procesos anteriores?

De la mayoría de los representantes aduaneros consideran que el desarrollo de la transformación digital ha generado mayor simplicidad, en los procesos de importación con respecto a procesos anteriores: con frecuencia todos los días debido

a las actividades de cada operación en referencia al tiempo de regulaciones del régimen, representando estos un 71.43% de los representantes aduaneros (15 encuestados). Seguida ocasionalmente dependiendo de las contingencias y eventualidades en los procesos aduaneros, con un 14.29% de los representantes aduaneros (3 encuestados). Al igual que casi todos los días esto se determina de forma habitual dependiendo de la variable a desarrollar, estos con un 14.29% de los representantes aduaneros (13 encuestados).

(7.) ¿Con que frecuencia se han presentan frecuentemente obstáculos y/o inconvenientes en este proceso de la transformación digital y/o canales virtuales?

De la mayoría de los representantes aduaneros han presentan frecuentemente obstáculos y/o inconvenientes en este proceso de la transformación digital y/o canales virtuales: con frecuencia ocasionalmente dependiendo de las contingencias y eventualidades en los procesos aduaneros, representando estos un 71.43% de los representantes aduaneros (15 encuestados). Seguida casi nunca se refiere a muy relativamente o en últimas instancias han tenido dilemas o divergencias, con un 14.29% de los representantes aduaneros (3 encuestados). Al igual que casi todos los días esto se determina de forma habitual dependiendo de la variable a desarrollar, estos con un 14.29% de los representantes aduaneros (13 encuestados).

(8.) ¿Qué tan importante, cree usted que falta mayor capacitación por parte del personal en SUNAT?

De la mayoría de los representantes aduaneros creen que tan importante es la falta de mayor capacitación por parte del personal en SUNAT: que es muy importante dan énfasis que las actividades remotas son parte de este nuevo puente de desarrollo, representando estos un 71.43% de los representantes aduaneros (15 encuestados), seguida por importante marcando la diferencia que la capacitación del personal es necesario, con un 28.57% de los representantes aduaneros (6 encuestados).

(9.) ¿Qué tan importante, cree usted el uso de los programas FAST representa un gran avance para la organización?

De la mayoría de los representantes aduaneros creen importante el uso de los programas FAST y representa un gran avance para la organización: que es muy importante debido que genera cadena de valor y genera brechas de cambio, representando estos un 71.43% de los representantes aduaneros (15 encuestados) Seguida por importante esto se debe a las diferentes etapas en su desarrollo dentro delos operadores y el comercio exterior, con un 28.57% de los representantes aduaneros (6 encuestados).

(10.) ¿Qué tan importante, cree usted que falta mejorar el proceso de implementación en la transformación digital para beneficios de los comitentes y/o importadores?

De la mayoría de los representantes aduaneros creen tan importante es la falta de mejora en el proceso de implementación en la transformación digital para beneficios de los comitentes y/o importadores: que es muy importante por factores como tiempo

y costos e implementación de nuevas alternativas tecnológicas, representando estos un 85.71% de los representantes aduaneros (18 encuestados) Seguida por importante lo cual determina que los procesos y las satisfacciones aún tienen que cubrir todas las expectativas de los comitentes, con un 14.29% de los representantes aduaneros (3 encuestados).

(11.) ¿Qué tan importante, cree usted que el sector Aduanero es uno de los que más tiene que adaptarse a este tipo de cambios?

De la mayoría de los representantes aduaneros creen tan importante es para el sector Aduanero, es uno de los que más tiene que adaptarse a este tipo de cambios: creen que es muy importante en este sector ha sido un cambio muy abrupto y este, mecanismo de contingencia ha jugado un papel muy radical el cual no ha sido progresivo, representando estos un 100.00% de los representantes aduaneros (21 encuestados).

(12.) ¿Ha generado alguna reducción de costos Administrativos aplicando transformación digital?

De la mayoría de los representantes aduaneros han generado alguna reducción de costos Administrativos aplicando transformación digital: con frecuencia casi todos los días esto nos hace una diferencia en una escala de costos operativos y/o administrativos, representando estos un 42.86% de los representantes aduaneros (9 encuestados) Seguida ocasionalmente con la reducción del uso de papel y/o personal

, con un 28.57% de los representantes aduaneros (6 encuestados) Al igual que todos los días mediante canales y/o elementos tecnológicos para remitir o validar documentos, estos con un 14.29% de los representantes aduaneros (6 encuestados).

(13.) ¿Qué tan difícil fue la implementación de aprendizajes en el proceso de transformación digital?

De la mayoría de los representantes aduaneros qué tan difícil fue su implementación de aprendizajes en el proceso de Transformación Digital: con facilidad de adaptación del personal a nuevos direccionamientos de los sistemas, representando estos un 57.14% de los representantes aduaneros (12 encuestados) Seguida de neutralidad considerando que tanto el personal y toda la infraestructura estaba alineada, con un 28.57% de los representantes aduaneros (6 encuestados) Por último, con dificultad debido a la falta de implementos como software, Pc y otras herramientas, estos con un 14.29% de los representantes aduaneros (3 encuestados).

(14.) ¿Con que frecuencia alcanzaron logros en el proceso de Transformación Digital?

De la mayoría de los representantes aduaneros alcanzaron logros en el proceso de Transformación Digital: con frecuencia casi todos los días se debe considerar el punto de inicio de los objetivos trazados y ejecutables, representando estos un 42.86% de los representantes aduaneros (9 encuestados) Al igual que todos los días esto se debió que los objetivos trazados estuvieron determinados y ejecutables,, estos con un 42.86% de los representantes aduaneros (9 encuestados) Seguida

ocasionalmente debido que faltó herramientas y/o los objetivos trazados, con un 14.29% de los representantes aduaneros (3 encuestados).

(15.) ¿Qué tan satisfecho estas con los logros alcanzados con el proceso de transformación digital?

De la mayoría de los representantes aduaneros que tan satisfecho están con los logros alcanzados con el proceso de Transformación Digital: que están moderadamente satisfechos debido a las tendencias y las satisfacciones bajo las normativas aduaneras, representando estos un 57.14% de los representantes aduaneros (12 encuestados) Seguida por muy satisfecho debido a que se ha cumplido con las implementaciones, contingencias y brechas en la normativa aduanera, con un 42.86% de los representantes aduaneros (9 encuestados).

(16.) ¿Qué tan difícil, cree usted que serán los siguientes pasos en el proceso de transformación digital?

De la mayoría de los representantes aduaneros creen que tan difícil serán los siguientes pasos en el proceso de Transformación Digital: con dificultad considerando la inversión y la implementación de cada agencia en sus plataformas y sus recursos, representando estos un 28.57% de los representantes aduaneros (6 encuestados). Al igual de neutralidad se debería analizar lo que conllevaría o generaría en tiempos y costos, con un 28.57% de los representantes aduaneros (6 encuestados). De la misma manera de facilidad el prototipo es adaptable a cada

proceso y sistema inteligente, con un 28.57% de los representantes aduaneros (6 encuestados) y por último muy difícil esto generaría un retraso en tiempos y costos, estos con un 14.29% de los representantes aduaneros (3 encuestados).

4.3 Conclusiones.

Luego de analizar los resultados de la investigación, puedo concluir:

- La Pandemia COVID-19 en el mundo ha generado una aceleración de procesos en los diferentes sectores, por tal motivo la Aduana Peruana ha demostrado la importancia de acelerar la transformación digital, dentro de los servicios de los operadores logísticos mediante canales virtuales y plataformas virtuales como: FAST, VUCE y ADMINISTRACION ADUANERA 2.0 para simplificar brechas, basado en programas de capacitación según el diagnóstico de nivel de transformación digital.
- De acuerdo a las encuestas analizadas se ha identificado que los Representantes Aduaneros han estado dispuestos en contar con la implantación de tecnología como software, servicio de programas de capacitación y mejoras en sus actividades diarias bajo las normativas Aduaneras en relación a la transformación digital. De la misma manera las agencias de aduanas han optimizado en tiempo real sus operaciones y tomas de decisiones en el área administrativa producto de la digitalización.
- Que la transformación digital, sí ha influye de manera positiva en el proceso Aduanero de Importación en las Agencias de Aduana de Lima – Callao durante la

Pandemia COVID- 19. Perú 2020-2021. Brindando mayor agilidad, simplicidad y facilidad en los trámites documentarios; lo que ha conllevado a la reducción de costos y tiempo en materia de impresiones documentarias, scaneos o digitalizaciones, de la misma manera ha reducido el traslado de su personal hacia diferentes puntos de trabajo.

- Según los encuestados las implementaciones de las plataformas digitales ha permitió un ahorro de costos y tiempo en el proceso Aduanero de Importación en las Agencias de Aduana de Lima – Callao, debido a que el sistema incluyó el acceso al mandato electrónico el cual facilita al importador asignar a la agencia de aduanas que realizará los trámites para la nacionalización. Debemos resaltar que la Aduana Peruana juego un papel muy importante en su cumplimiento como facilitador del comercio con reducción de costos y tiempos; sin embargo, se necesita mejorar la calidad del servicio mediante las capacitaciones y el personal idóneo para la unificación de criterios, en las distintas áreas: sistemas y operaciones considerando temporadas altas o acciones de control.

4.4 Recomendaciones.

Luego de analizar los resultados de la investigación, puedo recomendar:

- La transformación digital se ha vuelto una herramienta indispensable para los Representantes Aduaneros, por tal motivo se recomienda que las demás Agencias de Aduanas deben alinearse debido que traerá consigo ahorros significativos en tiempo

y dinero. Por otro lado, el desarrollo tecnológico, ha beneficiado a las comitentes también en la simplificación de trámites, reducción de costos y tiempos en sus operaciones logísticas.

- Se recomienda a la Aduana Peruana, brindar mayor capacitación a su personal en sus respectivas áreas, para el trato con los Agentes de Aduanas, en su representación de sus comitentes. Así como para la unificación de criterios por parte de los oficiales de aduana de manera que no se vean comprometidas las importaciones para el consumo mediante las acciones de control.
- Sería recomendable realizar el análisis con una mayor cantidad de Representantes Aduaneros encuestados para poder medir nuevamente los objetivos y obtener un resultado más significativo.

REFERENCIAS

- Adrián, Y. (26 de 01 de 2021). *ConceptoDefinición*. (ConceptoDefinición, Editor, D. A. Analisis, Productor, & ConceptoDefinición) Recuperado el 07 de 06 de 2022, de ConceptoDefinición: <https://conceptodefinicion.de/proceso/>.
- ADUANA, N. (4 de 9 de 2020). *Aduana News*. (N. ADUANA, Editor, N. ADUANA, Productor, & ADUANA, NEWS) Recuperado el 07 de 06 de 2022, de Aduana News: <https://aduananews.com/peru-puso-en-vigencia-un-nuevo-modelo-de-importacion-digital/>
- Arbaiza, L. (2014). *esan ediciones*, <https://investigaciones.esan.edu.pe/esanediciones/categoria/digital/como-elaborar-una-tesis-de-grado-digital/>. (e. ediciones, Editor, ediciones, Productor, & esan ediciones) Recuperado el 07 de 06 de 2022, de esan ediciones: <https://investigaciones.esan.edu.pe/esanediciones/>.
- Arteaga Poma, N. T. (2020). *repositorio.ucv.edu.pe*. (N. T. Arteaga Poma, Editor, T. P. PROFESIONAL, Productor, & ucv.edu.pe) Recuperado el 07 de 06 de 2022, de ucv.edu.pe: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/72790/Arteaga_PNT-Rodr%C3%ADguez_SML-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Baena Paz, G. (2017). <http://ebookcentral.proquest.com>. (G. E. Patria®, Ed.) Recuperado el 14 de 06 de 2022, de <http://ebookcentral.proquest.com>: http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la Investigación* (Cuarta version ed., Vol. Cuarta version). (U. d. Colombia., Ed.) Bogota, Colombia: Pearson. Recuperado el 07 de 06 de 2022
- Collosa, A. (12 de 10 de 2020). *Mercojuris.com*. (Mercojuris.com, Editor, Mercojuris.com, Productor, & Mercojuris.com) Recuperado el 07 de 06 de 2022, de Mercojuris.com: <https://www.mercojuris.com/35228/la-digitalizacion-de-las-aduanas-%e2%80%93-algunas-tendencias-a-proposito-del-reciente-plan-aduanero-de-la-ue-%e2%80%93-dr-alfredo-collosa/>
- Corcuera Santamaria, S., & García Sanjinés, J. M. (26 de 05 de 2021). *Corcuera Santamaria , Sandra ; García Sanjinés, José Martín*. (L. p. aduanas, Productor) Obtenido de Corcuera Santamaria , Sandra ; García Sanjinés, José Martín: <https://blogs.iadb.org/integracion-comercio/es/la-pandemia-como-una-oportunidad-para-la-transformacion-digital-en-las-aduanas/>
- Crovetto Morales, M. A., & Yupanqui Ramírez, L. Z. (01 de 02 de 2022). (*UPC*), *Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas*. (M. A. Crovetto Morales, L. Z. Yupanqui Ramírez, Editores, M. A.

- Crovetto Morales, L. Z. Yupanqui Ramírez, Productores, & (UPC), Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas) Recuperado el 07 de 06 de 2022, de (UPC), Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas: <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/655468>
- Dmitrieva, O., Rudakova, E., Alexandrova, J., Majerčák, P., & Majerčák, J. (27 de 02 de 2021). *ScienceDirect*. (ScienceDirect, Ed.) Recuperado el 07 de 06 de 2022, de ScienceDirect: <https://doi.org/10.1016/j.trpro.2021.02.027>
- García, R. (09 de 03 de 2021). *Portual Portuario*. (P. Portuario, Editor, E. d. Puertos, Productor, & Portual Portuario) Recuperado el 07 de 06 de 2022, de Portual Portuario: <https://portalportuario.cl/impacto-de-la-pandemia-en-la-gestion-aduanera-y-futuro-de-la-aduana/>
- Gestión, P. D. (08 de 05 de 2022). *Documental, Plataforma Digital de Gestión*. (P. D. Gestión, Editor, P. D. Gestión, Productor, & Plataforma Digital de Gestión) Recuperado el 07 de 06 de 2022, de Documental, Plataforma Digital de Gestión: <https://www.gob.pe/744-plataforma-digital-de-gestion-documental>
- Gop.pe. (08 de 05 de 2021). *Gop.pe*. (Gop.pe, Editor, Gop.pe, Productor, & Gop.pe) Recuperado el 07 de 06 de 2022, de Gop.pe: <https://www.gob.pe/744-plataforma-digital-de-gestion-documental>
- HUMANIDADES, T. (2014). <http://www.tirant.com/mex>. (T. H. MÉXICO, Ed.) Recuperado el 14 de 06 de 2022, de <http://www.tirant.es>: http://eprints.uanl.mx/13416/1/2014_LIBRO%20Metodos%20y%20tecnicas_Aplicacion%20del%20metodo%20pag499_515.pdf
- INEI. (01 de 06 de 2021). *INEI, N° 02- Junio 2021*. (INEI, Editor, I. tecnico, Productor, & INEI) Recuperado el 07 de 06 de 2022, de INEI: <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/02-informe-tecnico-tic-i-trimestre-2021.pdf>
- J., S. (2017). *Investigación educativa: Fundamentos teóricos, procesos y elementos prácticos*. (U. N. Distancia, Editor, e. p. Enfoque práctico con ejemplos, Productor, & Universidad Nacional de Educación a Distancia) Recuperado el 07 de 06 de 2022, de Universidad Nacional de Educación a Distancia: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=685532>
- León Vicuña, J. C. (2017). *Universidad Tecnológica del Peru*:. (J. C. León Vicuña, Editor, T. p. Bachiller, Productor, & Universidad Tecnológica del Peru:) Recuperado el 07 de 06 de 2022, de Universidad Tecnológica del Peru:: https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/4248/Julio_Leon_Trabajo_de_Investigacion_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Llerena, M. (23 de 10 de 2021). *Recaudación de comercio exterior aumentó 47% sumando S/ 116,6 millones*. (L. C. Lima., Editor, R. D. Lima., Productor, & La Camara de Comercio de Lima.) Recuperado el 07 de 06 de 2022, de La Camara de Comercio de Lima.: <https://lacamara.pe/recaudacion-de-comercio-externo-aumento-47-sumando-s-1166-millones/>
- Martínez, A. (02 de 08 de 2021). *ConceptoDefinicion*. (ConceptoDefinicion, Editor, D. A. Analisis, Productor, & ConceptoDefinicion) Recuperado el 07 de 06 de 2022, de ConceptoDefinicion: <https://conceptodefinicion.de/analisis/>
- Matas, A. (01 de 01+03 de 2018). *Universidad de Málaga*, http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1607-40412018000100038. (U. d. Málaga, Editor, R. E. Educativa, Productor, & Universidad de Málaga) Recuperado el 07 de 06 de 2022, de Universidad de Málaga: <https://doi.org/10.24320/redie.2018.20.1.1347>.
- Mendez, C. (08 de 08 de 2012). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN*. (F. U. Villavicencio, Editor, D. y. empresariales., Productor, & FUNDACIÓN UNIVERSITARIA SAN MARTÍN CAT Villavicencio) Recuperado el 07 de 06 de 2022, de FUNDACIÓN UNIVERSITARIA SAN MARTÍN CAT Villavicencio: <https://es.slideshare.net/ProyectofuturoIII/justificacin-de-la-investigacin-segn-carlos-mndez>
- MINCETUR. (01 de 05 de 2022). *MINCETUR*, https://www.vuce.gob.pe/Paginas/ProyectoVuce2_0.aspx. (MINCETUR, Editor, V. U. Exterior, Productor, & Ventanilla Unica de Comercio Exterior) Recuperado el 07 de 06 de 2022, de MINCETUR: <https://www.vuce.gob.pe/>
- Monje, C. (2011). *Guia didactica de la metodoliga de la investigacion*. (U. Subcolombiana., Ed.) Recuperado el 13 de 06 de 2022, de Guia didactica de la metodoliga de la investigacion.: <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>
- Nelson, C. (02 de 09 de 2020). Machine learning for detection of trade in strategic goods: an approach to support future customs enforcement and outreach. (W. C. Journal, Ed.) *World Customs Journal*, 12. Recuperado el 07 de 06 de 2022, de <https://worldcustomsjournal.org/archive/volume-14-number-2-september-2020/>
- News, A. (26 de 01 de 2022). *Aduana News*. (O. i. aduanera, Editor) Obtenido de Aduana News: <https://aduananews.com/la-organizacion-mundial-de-aduanas-invita-a-ampliar-la-transformacion-digital-aduanera/>
- Ortiz, A. (2016). *UNO*. (UNO, Ed.) Recuperado el 07 de 06 de 2022, de UNO: <https://www.revista-uno.com/wp-content/uploads/2014/04/UNO24.pdf>

- Osorio Rojas, R. A. (2001). *Magister © Educación*. (M. ©. Educación, Editor, Artiucló., Productor, & Magister © Educación) Recuperado el 07 de 06 de 2022, de Magister © Educación: <https://www.nodo50.org/sindpitagoras/Likert.htm>
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). *Int. J. Morphol.* (I. J. Morphol, Ed.) Recuperado el 07 de 06 de 2022, de Int. J. Morphol: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Oyarse Cruz, J. (28 de 08 de 2020). <https://www.parthenon.pe/>. (Parthenon, Editor, Columna, Productor, & Parthenon) Recuperado el 07 de 06 de 2022, de <https://www.parthenon.pe/>: <https://www.parthenon.pe/columnas/agenda-aduanera/importaciones-y-exportaciones-digitales/>
- Pavlova, C., & Smolina, E. (11 de 10 de 2020). *SpringerLink*. (SpringerLink, Editor, SpringerLink, Productor, & SpringerLink) Recuperado el 07 de 06 de 2022, de SpringerLink: https://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-3-030-60929-0_88
- Peruano, E. (17 de 12 de 2019). *Actualidad Empresarial*. (T. d. P, Productor) Obtenido de Actualidad Empresarial: <https://actualidadempresarial.pe/noticia/transformacion-digital-de-aduanas-impulsa-la-competitividad-del-peru/334ea205-f30d-4e92-83bf-d7902398710b/1>
- Portas, E. (05 de 02 de 2018). *Cómo Hacer Investigación Exploratoria Utilizando Métodos Cualitativos y de Observación*. (T. 911, Editor, L. e. Tesis, Productor, & Tesis 911) Recuperado el 07 de 06 de 2022, de Tesis 911: <https://tesis911.com/2018/02/05/como-hacer-investigacion-exploratoria-utilizando-metodos-cualitativos-y-de-observacion/>
- Porter, M. E. (2008). *Estrategia Competitiva: Técnicas para el Análisis de los sectores Industriales y de la Competencia* (Trigesima octava reimpression. ed., Vol. Vol. Trigesima Octava Reimpesion). (G. P. SA., Ed.) Colonia San Juan Tlihuaca, Colonia San Juan Tlihuaca, Delegacion Arcapatzalo., Mexico: Grupo Patria Cultural SA. Recuperado el 07 de 06 de 2022, de https://www.academia.edu/24621661/ESTRATEGIA_COMPETITIVA_T%C3%A9cnicas_para_el_an%C3%A1lisis_de_los_sectores_y_de_la_competencia
- ProActivo. (02 de 12 de 2018). *ProActivo*. (A. P. internacional, Productor) Obtenido de ProActivo: <https://proactivo.com.pe/la-transformacion-digital-aduanera-facilitara-el-comercio-internacional/>
- Quiroga, G. (20 de 04 de 2018). *Repositorio de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas*. (U. P. Ciencias, Editor, Repositorio, Productor, & Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas) Recuperado el 07 de 06 de 2022, de Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas: <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/624280>.

- Sampieri, R. H. (04 de 2014). *www.elosopanda.com* . (S. D. McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, Ed.) Recuperado el 14 de 06 de 2022, de jamespoetrodriguez.com: <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Santillana, A. (19 de 11 de 2020). *La COVID-19 pone de manifiesto la desigualdad en el acceso a Internet*. (I. S. (ISOC), Editor, Artículo, Productor, & Internet Society (ISOC)) Recuperado el 07 de 06 de 2022, de Internet Society (ISOC): <https://www.internetsociety.org/es/news/comunicados-de-prensa/2020/la-covid-19-pone-de-manifiesto-la-desigualdad-en-el-acceso-a-internet/>
- SIICEX. (14 de 05 de 2022). *Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior*. (S. I. Exterior, Editor, S. I. Exterior, Productor, & Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior) Recuperado el 07 de 06 de 2022, de Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior: https://www.siicex.gob.pe/siicex/porta15ES.asp?_page_=254.00000
- Stanley L. Brue, R. R. (2009). *Historia el Pensamiento Economico*. En C. L. SA., & C. L. SA. (Ed.), *Historia el Pensamiento Economico* (Vol. Vol. Septma Edicion, págs. pag: 47-52). Colonia Cruz Manca, Santa FE., Mexico: Cengage Learning Editores SA. Recuperado el 07 de 06 de 2022, de https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/item/2558/1/Ventaja_comparativa_ventaja.pdf
- Stucchi, P. (01 de 08 de 2020). <https://www.comexperu.org.pe/>, <https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/revista/agosto2020/files/basic-html/page20.html>. (comexperu.org.pe, Editor, N. Internacionales, Productor, & Revista) Recuperado el 07 de 06 de 2022, de comexperu.org.pe: <https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/revista/agosto2020/mobile/index>.
- SUNAT. (31 de 08 de 2020). *aduanet.gob.pe*. (SUNAT, Editor, SUNAT, Productor, & SUNAT) Recuperado el 07 de 06 de 2022, de aduanet.gob.pe: <https://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/importacion/importac/procGenera/despa-pg.01.htm>
- SUNAT. (2022). *SUNAT*. (SUNAT, Editor, G. d. Operadores, Productor, & SUNAT) Recuperado el 07 de 06 de 2022, de SUNAT: <https://e-analitica.sunat.gob.pe/cl-ad-iagestionriesgo3-coce/index/Agenteaduana>
- SUNAT. (2022). *SUNAT*. (SUNAT, Editor, S. importacion., Productor, & SUNAT) Recuperado el 07 de 06 de 2022, de SUNAT: <https://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/importacion/index.html>

SUNAT. (14 de 05 de 2022). *Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria*.
(SUNAT, Editor, SUNAT, Productor, & SUNAT) Recuperado el 07 de 06 de 2022, de
Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria:
<https://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/importacion/index.html#:~:text=Es%20el%20r%C3%A9gimen%20aduanero%20que,las%20formalidades%20y%20otras%20obligaciones>

ANEXOS

Anexo 1.

1.1 Marco Conceptual.

1.1.1 Aduanas.

Aduanas es el organismo responsable de la aplicación de la legislación aduanera y el control de la recaudación de derechos y otros impuestos. Además, es responsable de la aplicación de las leyes de comercio exterior, la elaboración de las estadísticas que genera este tráfico y el cumplimiento de las demás funciones que le asignen las leyes (SIICEX, 2022) .

1.1.2 Digitalización en Aduanas.

La Organización Mundial de Aduanas estableció el siguiente concepto de “Aduanas digitales” y organizaciones como la Comisión Europea, Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA) y la Organización Marítima Internacional (OMI) las cuales invirtieron importantes recursos en e-Freight, Ventanillas Únicas y otras iniciativas de gran alcance, en la actuación de las Aduanas entra a jugar lo que hoy se conoce como la cuarta Revolución Industrial con las nuevas tecnologías (big data, blockchain, inteligencia artificial, Internet de las cosas, etc.).

La digitalización de las Aduanas implico utilizar modernas Tecnologías de la Comunicación y la Información (Tics) para el cobro y salvaguardar los derechos de aduana, controló el flujo de mercancías, personas, medios de

transporte y dinero, y protegió el comercio transfronterizo de la delincuencia, incluido el terrorismo internacional, que es una realidad a nivel mundial (Collosa, 2020).

1.1.3 Importación para el Consumo.

Es el régimen aduanero que permitió el ingreso de mercancías al territorio aduanero para su consumo, luego del pago o garantía, según corresponda, de los derechos arancelarios y demás impuestos aplicables, así como del pago de los recargos y multas que hubiere y del cumplimiento de las formalidades y otras obligaciones aduaneras (SUNAT, 2022).

1.1.4 Importación Digital.

En la importación digital, el usuario pudo realizar un seguimiento en tiempo real del estado de la carga a través de la interoperabilidad de los sistemas de Sunat con las plataformas informáticas de los diversos operadores de comercio exterior, como las empresas de transporte internacional, los puertos y aeropuertos, agentes de aduanas, almacenes, entre otros. Asimismo, los funcionarios aduaneros dispusieron de aplicaciones móviles para registrar la diligencia de despacho desde su celular, en los mismos recintos del almacén aduanero, optimizando el tiempo para autorizar el levante de carga. Estas funcionalidades se integraron con el uso del mandato

electrónico y la interoperabilidad con la Ventanilla Única de Comercio Exterior (ADUANA, 2020).

1.1.5. Importador.

Es la persona natural o jurídica el cual destino su mercancía a un régimen aduanero de Importación para el consumo y/o consumo definitivo según corresponda (SUNAT, 2020).

1.1.6. Plataforma Digital.

Uno de los objetivos fue ejercer las obligaciones como contribuyente, mediante el dispositivo de tecnológica de interfaz. El contribuyente fue responsable, fue el encargado de la información y del archivo del contenido de la documentación. Su validez fue de unanimidad y de carácter de declaración jurada (Gestión, 2022).

1.1.7. Sistema Aduanero.

Por más de diez años se estuvo estudiando la transformación digital, debido que fue de sumo interés para las empresas al igual que fue para los individuos en global. Una definición apropiada para la transformación digital, fue la desintermediación dentro de una parte de la cadena de valor consecuencia de la tecnología, y el restablecimiento de la autoridad actual o

la soberanía al usuario, el cual se perdió hace varios años (Crovetto Morales
& Yupanqui Ramírez, 2022).

1.1.8. Ventanilla Única de Comercio Exterior – VUCE.

Se definió como la principal herramienta de facilitación del comercio exterior y agilización, lo cual conlleva a potenciar la capacidad competitiva en el sector, fue aquí donde el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo toma la regulación como ente regulador.

Fue esta ventanilla que nos proporcionó realizar gestiones en relación a operaciones aduaneras por ejemplo de exportación, importación y tránsito de las mercancías, a través de un único punto de acceso (MINCETUR, 2022).

1.2 Bases Teóricas.

1.2.1 Teoría de la ventaja competitiva.

Para Porter (2008), considero que el poder de negociación de los clientes fue, cuanto más se organicen los consumidores, más exigencias y condiciones impondrán en la relación de precios, calidad o servicios, por tanto, la empresa contará con menos margen y el mercado será entonces menos atractivo. Además, el cliente tiene la potestad de elegir cualquier otro servicio o producto de la competencia. Fue esta amenaza la cual conlleva a recurrir a diferentes estrategias:

Fue esta amenaza, lo que conllevó a recurrir a diversas estrategias como:

- Aumentar la inversión en marketing y publicidad.
- Mejorar los canales de venta.
- Incrementar la calidad del producto y/o servicio o reducir su precio.
- Proporcionar un nuevo valor añadido.

Por otra parte, el mismo autor nos dice que el poder de negociación de los proveedores fue, cuando los proveedores cuentan con mucha organización dentro de su sector, recursos relevantes y condiciones sobre precios y tamaños de los pedidos, lo cual determina un mercado más atractivo. Se midió lo fácil que fue para nuestros proveedores variar precios, plazos de entrega, formas de pago o incluso cambiar el estándar de calidad. Cuanta menor base de proveedores, menor poder de negociación tendremos. Algunas de las estrategias para no depender de un solo proveedor o encontrar mejores opciones son:

- Aumentar nuestra cartera de proveedores.
- Establecer alianzas a largo plazo con ellos.
- Pasar a fabricar nuestra propia materia prima.

1.2.2 Teoría de la ventaja comparativa.

El modelo Ricardino se explicó y se entendió mejor, por medio de los precios relativos de los bienes, una diferencia en los precios relativos de los bienes entre dos países que constituyen la base de las actividades comerciales

entre ellos con beneficios mutuos. Se debió permitir en el comercio internacional la creación de un mercado integrado y más grande que el mercado de cualquier país, ofreciendo así, simultáneamente, una gran variedad de productos al consumidor y menores precios, como aprovechamiento de la economía de escala (Stanley L. Brue, 2009).

1.3 Normativa Relacionada.

1.3.1 Ley N. 28977 “Ley de Facilitación del Comercio Exterior”.

En referencia al control aduanero se precisó que las gestiones procedimentales de control, en los procesos y/o trámites aduaneros fueron ejecutables, sin causar limitaciones y/o demoras en referencia de la necesidad de las regulaciones de los plazos señalados en la presente Ley. De tal manera las mercancías debieron ser despachadas dentro de las cuarenta y ocho (48) horas siguientes de la fecha de llegada. Y las mercancías que no fueron despachadas por algún motivo y/o no cuentan con destinación en relación al tiempo de fecha de llegada serán destinadas y almacenadas, hasta y con posterioridad al despacho aduanero. Con el objetivo de promocionar y contribuir a la cooperación con las administraciones aduaneras de los países donde se suscribió Acuerdos Comerciales con el Perú. Se desarrollo un “Comité de Cooperación Aduanera Interinstitucional”, con la representación y la Cooperación Aduanera, la cual autorizo al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, en coordinación con el Ministerio de Economía y Finanzas.

La interacción dentro de los procesos de facilitación al comercio exterior (Ventanilla Única), determino que, con posterioridad a la presentación de la documentación solicitada por el MINCETUR, mediante medios electrónicos, el ente regulador emitió un documento que faculto dentro del plazo de cinco (5) días computados a partir de la fecha de presentación de la solicitud. Por tal manera vencido dicho plazo se concluye determinando su validez y aprobación de la solicitud solicitada de manera instantánea y automática.

En referencia a la presente ley fue reglamentada bajo el Decreto Supremo No 022-2008-EF, los puntos más recalcantes fueron relacionadas a las: modificaciones realizadas al Reglamento de la Ley General de Aduanas, en razón a los artículos 19, 31, 32, 34, 36, 45, 49, 88, 89, 90, 91 y 92; y la implementación del título X. Considero que fue de mucha validez en el desarrollo de la investigación la implementación y poner en práctica; dentro de las 48 horas en el despacho aduanero, por ejemplo, se obtuvo un exporta fácil en tiempo real y rápido por parte de las empresas.

1.3.2 D. L N.º 1433 (2018)- Decreto Legislativo que modifica la Ley general de Aduanas.

El objeto primordial del presente decreto legislativo fue de maximizar, potenciar las operaciones dentro del comercio exterior y alinear la normativa aduanera bajo estándares de seguridad y calidad internacionales.

1.3.3 Según Ley N.º 30860.

La VUCE determino un mecanismo integral en desarrollo de la facilitación del comercio exterior, que mediante medios electrónicos proporciona entre las partes involucradas la información requerida o relevante para el ingreso, la salida. Dentro del comercio exterior, los agentes económicos, los operadores, por ejemplo; el transporte internacional o el tránsito de las mercancías y de los medios de transporte desde o hacia el territorio nacional. Del mismo modo, permitió procesar la información y documentación requerida a los procedimientos de gestión y servicios del sistema digital. Diario oficial del bicentenario (Gop.pe, 2021). Esta Ley de Fortalecimiento de la Ventanilla Única de Comercio Exterior, tiene como objetivo principal estableció medidas y alcances de la Ventanilla Única de Comercio Exterior, además de las medidas complementarias para su reforzamiento y la mejora continua de los procesos relacionados a los procedimientos de gestión y servicios del sistema digital.

1.3.4 Mandato electrónico.

La SUNAT, emitió la Resolución de Intendencia Nacional No 06-2017-SUNAT/31000. Con fecha del 8 de septiembre de 2017. Se menciona con sello de aprobación al procedimiento designado mandato electrónico, con el propósito de incorporar procedimientos y gestiones para que el dueño, consignatario o propietario donde pudieron ingresar y endosar el mandato

electrónico al representante de aduana, en el régimen de admisión momentánea para perfeccionamiento activo y el régimen la admisión temporal para reexportación en el mismo estado. La SUNAT, emitió la Resolución de Superintendencia No 000173-2020. Con fecha del 8 de octubre de 2020, donde realizo un cambio al procedimiento denominado mandato electrónico, donde se hizo mención a objetivos principales en referencia a las pautas para que el dueño, consignatario o propietario (como principal modificación) le otorgan el mandato electrónico al representante aduanero. Adicionalmente la resolución menciona las condiciones en las cuales se otorguen el mandato electrónico, donde se hicieron referencia a los regímenes como: importación de consumo, admisión temporal (en casos de reexportación y perfeccionamiento), la nueva importación del producto en el mismo estado físico, la exportación definitiva, la exportación temporal (para nueva importación y perfeccionamiento), depósito aduanero y el reembarque.

1.3.5 Mesa de partes virtual - SUNAT.

La SUNAT, emitió la Resolución de Superintendencia No 077-2020. Con fecha del 8 de mayo de 2020, donde se concretó la aprobación para la creación de la mesa de partes virtual, dentro de los objetivos es la entrega más eficiente de documentos, donde realizaron las consultas al área respectiva de la Sunat, mediante el URL www.sunat.gob.pe. Además esta misma resolución generó indicadores y restricciones para su uso, se detalló: la presentación de documentación el cual genero el nacimiento automático

dentro de los procedimientos y su aprobación, la entrega de documentos que generaron de forma eficiente mediante la clave el SOL y además de las solicitudes que se generaron de forma física.

1.4 Análisis del Sector Regional y Local de la Transformación Digital.

1.4.1 La transformación Digital.

Para Stucchi (2020), en la revista de la sociedad de comercio exterior del Perú: *“Política Nacional de Transformación digital”*. Manifestó que la transformación digital fue el cambio y la vanguardia de un país esto implicó la inclusión de la unificación de la tecnología digital, esto consistió en la interacción de todas las áreas de funcionamiento de los agentes económicos: las personas, corporaciones y gobierno; donde fue desarrollado todo este tipo de actividades y proporciono crecimiento de productividad en las etapas, los resultados son medidos por el incremento de valor y el mayor aumento de confort entre las personas y familias.

Bajo el esquema de innovadores métodos se involucró el desarrollo de la transformación digital. Todo cambio tuvo una estructura de entendimiento y diseño en relación a recientes tareas. Mediante esta manera se desarrolló nuevos servicios y/o productos, consecuencias y planeamientos en el público y la economía.

Las empresas pudieron sobre vivir en un mercado ante las circunstancias competitivas mediante direcciones, como una exigencia esencial de la transformación digital.

Fue fundamental que las corporaciones tuvieran las consideraciones de la dimensión digital para su integración en el giro del negocio. Esta exigencia de la digitalización fue más indispensable en las corporaciones en actividades internacionales, un claro ejemplo las importadoras, las exportadoras, operadores de servicios debido a la necesidad de estar vinculadas globalmente. En el comercio internacional, hay dos tipos de tecnología que fueron claves para las tecnologías transformadoras:

- La Tecnología cloud, otorgo y desarrollo una ventaja instantánea en costos y en facilidad de ingreso.
- La Tecnología Blockchain, su principal potencial fue el de proporcionar transacciones y convertirlas más seguras.

Por otra parte Quiroga (2018), en su tesis: *“La transformación digital de la Aduana peruana y sus consecuencias en el proceso de despacho aduanero de importación de las agencias de aduanas de Lima y Callao durante el periodo Julio 2018- Julio 2020”*. Argumento que la transformación digital no fue un tema de tecnología o del departamento de TI. Fue un tema bien estructurado y básicamente del tema del CEO y por tal motivo su equipo tuvo una problemática clave por solucionar. ¿Como las actuales empresas que manejan y sostienen su modelo de negocio en la

actualidad? Su sostenibilidad fue en proyección al futuro. Cerrando las brechas con países más desarrollados, adaptándose a un mundo de cambio digital y bajo las necesidades de transformación para muchas empresas peruanas.

1.4.2 La transformación Digital en el Perú.

Ante el fenómeno del Covi-19 a nivel internacional el Perú también sucumbió, la primera necesidad fue de adaptarse a las primeras exigencias como la cuarentena social. En el Perú se dio el Decreto Supremo N°. 184-2020-PCM, que declaro Estado de Emergencia Nacional por las graves circunstancias que afectaban la vida de las personas a consecuencia de la COVID-19 y estableció las medidas que debió seguir la ciudadanía en la nueva convivencia social, en el gobierno del presidente Martín Vizcarra, confino a no asistir a eventos públicos ni reuniones sociales y al aislamiento social. Mediante D.L. N°1495 fue facultada en materia de educación, las medidas orientadas a garantizar la continuidad y calidad de la prestación de los servicios de educación en todos los niveles, en aspectos relacionados a educación semipresencial o no presencial, en el marco de la emergencia sanitaria causada por el COVID-19. A través del Decreto de Urgencia N°. 115-2021, el gobierno dispuso prorrogar la vigencia del trabajo remoto para el sector público y privado, aprobada en el marco de la emergencia sanitaria por la COVID-19, hasta el 31 de diciembre del 2022.

El covid-19 aceleró procesos. Muchas empresas tuvieron que implementar sistemas tecnológicos, con tal de no perder competitividad o, inclusive, salir del mercado. Un factor clave para mantener un estado de bienestar a sus trabajadores que laboraban desde casa o cualquier otro lugar fue invertir en tecnologías y plataformas que faciliten el acceso a los beneficios y ayuden a los empleados a elegir el apoyo que más necesitan. Paralelamente, la SUNAT había gestionado para el año 2020 la implementación de su ambicioso programa FAST, en virtud del cual se modificarían 17 procedimientos aduaneros.

Mediante la Administración Aduanera 2.0 se gestionó una plataforma en: aduana sin papeles (mediante el D.S.1492), donde se interactuaban con la mesa de partes virtual (Resolución N.º 077-2020-SUNAT) y los procedimientos aduaneros digitalizados - FAST (Resoluciones SUNAT N.º 122, 169, 172, 176, 182, 184, 185, 199, 200)

Para las empresas y las personas se ha convertido esencial, el uso de instrumentos digitales y el fomento tecnológico, estos avances se han debido a las tendencias tecnológicas en base a la información y la interacción con la comunicación (TIC), y la cuantificación en el desarrollo de aceleración en los diversos tipos de operaciones y transformar la información a gran nivel, lo cual permitió obtener la mejor decisión en relación al giro empresarial y las políticas públicas. La transformación digital en el marco económico fue una variante de legítima revolución que tiene la facultad de libre acceso a los

individuos, bienes, servicios y posibilidades que en su momento fue costoso y fuera de alcance.

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2021), menciona en su informe técnico acerca de las TIC, donde su estudio menciona que el primer trimestre de 2021, el 94,8% de los hogares del país tienen al menos una Tecnología de Información y Comunicación, mientras que en similar trimestre de 2020, en el 94,9% de hogares había al menos una TIC, durante el primer trimestre de 2020-2021. Por otro lado, Con relación al servicio de Internet, el 63,3% de los hogares de Lima Metropolitana disponen de este servicio, el 52,5% del Resto urbano y solo el 13,2% de los hogares del Área rural.

Según cifras en relación al servicio de Internet, el 63,3% de los hogares de Lima Metropolitana dispusieron de este servicio, el 52,5% del Resto urbano y solo el 13,2% de los hogares del Área rural. Población con nivel educativo superior accede más a Internet. El 95,5% y el 90,9% de la población con educación superior universitaria y no universitaria, respectivamente, accedieron en mayor proporción a los servicios de Internet; seguidos por la población con educación secundaria 74,1% y la población con primaria o menor nivel 35,7%.

Aun el Perú se encontraba en desequilibrio en el desarrollo de infraestructura de las telecomunicaciones, considerando el contexto de las graves deficiencias en el acceso a Internet y conectividad en los hogares, los colegios y las Municipalidades. Se requirió de una mayor implementación,

inversión y frecuencia del estado para generar un desarrollo de cambio a nivel mundial y obtener la transformación digital.

1.4.3 Tecnología durante la Pandemia covi-19.

Con la aparición repentina del COVID-19, provoco que el acceso a Internet sea indispensable en nuestras vidas cotidianas. De un momento a otro la sociedad se sintió obligada a adaptar al mundo digital: los trámites se volvieron online, las compras fueron realizadas por aplicativos, los estudios mediante plataformas digitales educativas y el trabajo mediante plataformas digitales estructuradas por tipo de giro de negocio y/o herramientas. Sin lugar a dudas, en esta pandemia la transformación digital fue agilizada en nuestro país y genero una brecha digital por aquellas personas que aún no tienen acceso a Internet. Según los encuestados, el Internet cobro mucha más importancia en sus vidas como consecuencia de la pandemia. La accesibilidad y la fiabilidad fue incluida en los aspectos más importantes de Internet. Sin embargo, la mayoría de los participantes no fueron conscientes del alcance de la brecha digital (Santillana, 2020).

1.4.4 La transformación Digital en la Aduana Peruana.

La transformación digital en las actividades de la aduana peruana proporciono una ventaja más competitiva en relación a otros mercados a nivel internacional. La Organización Mundial de Aduanas (OMA) elaboro cambios

bajo el alineamiento de mejoras continua a seguir y la síntesis de mejores prácticas a escala mundial, por ejemplo, la seguridad en relación a los alineamientos antes mencionados. Según la Organización Mundial del Comercio (OMC), en relación al Acuerdo de Facilitación de Comercio, la aduana peruana fue alineada a las buenas y mejores prácticas. Asimismo, según el resumen del Convenio de Kyoto revisado, el cual contiene las mejores prácticas aduaneras del mundo. Por último, se ajustó a los acuerdos de iniciación comercial que fueron tratado en dichos convenios. Adicionalmente, La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (Sunat), implantaron el plan “FAST” (Facilitación Aduanera, Seguridad y Transparencia), El cual tuvo por objetivo: proporcionar, acelerar, automatizar y dotar que los procesos de entrada y salida de carga y/o mercancías sean muy traslucidas en las aduanas del país, así como en los procesos operativos y administrativos complementarios de control de operadores del comercio exterior.

Debemos mencionar, que la aduana tuvo como uno de sus objetivos: agilizar y optimizar los procesos aduaneros; estas gestiones se desarrollaron a través de los servicios electrónicos para los operadores: agentes de aduanas, puertos y almacenes, donde se incluyó a los envíos de entrega rápida. Es importante agregar que dentro de sus objetivos se encuentran: la eliminación de documentos físicos, debido que ocasionan sobre costos en toda la cadena logística; y la Inter funcionalidad con la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE).

Anexo 2: Artículos en referencia a las variables.

Nacionales

17 diciembre 2019

Transformación digital de aduanas impulsa la competitividad del Perú.

El avance de la economía global depende de las operaciones de exportación e importación y, por ello, el menor tiempo para realizarlas resulta clave para el crecimiento del país, y nuestra institución encargada de este tema lo tiene claro.



¿Qué porcentaje de las operaciones aduaneras ya están digitalizadas a la fecha?

–La aduana tuvo su primera revolución tecnológica en 1992 y desde entonces las operaciones matrices ya eran electrónicas, pero ahora estamos prácticamente en el 100% para las operaciones de importación y exportación.

Sin embargo, el usuario debe tener su documentación lista en caso de algún tema de revisión extraordinaria o de fiscalización posterior, pero en general, todo el sistema transaccional entre el usuario y la aduana es digital.

El mandato electrónico, que es la autorización del importador o exportador a un agente de aduanas para el despacho de las mercancías, será obligatorio a partir del 1 de enero del 2020.

–¿Cómo deciden el modelo de transformación digital que se implementará?

–En realidad, en las aduanas hay poco espacio para inventar, porque la Organización Mundial de Aduanas (OMA), que es como las Naciones Unidas Aduaneras, tiene 183 miembros y se reúne durante el año para distintos temas referidos a seguridad y armonización, entre otros. Entonces la OMA elabora el compendio de las mejores prácticas a escala mundial, como la seguridad, a las cuales hay que seguir en sus grandes lineamientos.

En segundo lugar, tenemos algunos marcos, como el Acuerdo de Facilitación de Comercio, derivado de la Organización Mundial del Comercio (OMC), que es una suerte de resumen del Convenio de Kyoto revisado, el cual contiene las mejores prácticas aduaneras del mundo. En tercer lugar, están los acuerdos de apertura comercial que se han firmado, y, afortunadamente, tenemos una cartera de destino diversificada para nuestras exportaciones, esta es una ventaja del Perú.

–El sistema de aduanas tiene un componente de transparencia. ¿Qué porcentaje es abierto al público?

–La ley establece algunos puntos de restricción para compartir información comercial, por ejemplo, quién es tu proveedor, cuanto le compras o vendes. Salvo tres o cuatro cosas de las operaciones de comercio exterior, todo lo demás está publicado en nuestra web. Es una ventaja que la OMA aprecia de nuestro modelo. No hay muchos países que tengan tanta transparencia con su información comercial como el Perú.

–¿La transformación digital en cuánto tiempo ha reducido las operaciones de comercio exterior?

–El tiempo total promedio de liberación de las mercancías, una vez que llegaban al puerto o aeropuerto en el 2014, tomaba 139 horas, a noviembre del 2019 se redujo a 79.2 horas. La meta para el 2021 es alcanzar las 48 horas para las operaciones de importación y exportación.

–¿En costos?

–Ha habido una reducción de los costos para los importadores, ellos deben tener el cálculo, porque ahora gastan menos en almacén. Asimismo, los operadores económicos autorizados

ya no necesitan establecer garantías reales, ahora funcionan con garantía nominal, cuyo costo financiero es inferior.

–¿Qué mejoras vienen para el 2020, qué metas tienen?

–Primero queremos terminar con el desarrollo del programa FAST (Facilitación Aduanera, Seguridad y Transparencia), luego queremos empezar a trabajar un modelamiento de los procesos de control que corresponde a la trazabilidad de la carga.

Perspectivas alentadoras

Rafael García refiere que el reciente consenso entre Estados Unidos y China respecto al texto del acuerdo comercial de la fase uno, que disminuye la tensión comercial entre ambas potencias, “son buenas noticias” para el Perú.

“Al ponerse de acuerdo se apaciguarán las expectativas en los mercados y ello probablemente tendrá un impacto positivo en el precio de nuestros commodities, básicamente el cobre, también el oro y la plata”, manifestó.

Destacó que, a pesar del enfrentamiento entre ambas economías, el volumen de comercio de consumo entre el Perú y China no disminuyó, en tanto las exportaciones de minerales sí se afectaron por una reducción de la demanda.

De otro lado, García también enfatizó que la micro y pequeña empresa (mype) también tiene oportunidades de participar del comercio exterior. “Para ello, Aduanas cuenta con los programas Importa Fácil y Exporta Fácil, que son sencillos y fáciles de usar”.

Por ello, invitó a los emprendedores a utilizarlos para facilitar el desarrollo de sus negocios (Peruano, 2019).

Ante esa realidad, el Secretario General de la OMA, en nombre de la comunidad aduanera mundial, abogó considerar las siguientes **acciones habilitadoras para construir ecosistemas de datos**, o consolidar los existentes: I) establecer una gobernanza de datos formal para garantizar la relevancia, precisión y oportunidad de los mismos; II) hacer uso de los estándares desarrollados por la OMA y otras instituciones con respecto al formato de datos e intercambio de datos; III) proporcionar una gestión adecuada de los datos para garantizar que las personas autorizadas tengan acceso a los datos correctos y que se respeten las normas de protección de datos; y IV) adoptar enfoques progresivos, como el análisis de datos, para recopilar y explotar con éxito los datos para impulsar la toma de decisiones.



Ilustración: OMA

Nos recuerda el comunicado que, para la OMA, “una cultura de datos sólida empodera a las personas para hacer preguntas, desafiar ideas y confiar en conocimientos detallados, no solo en la intuición o el instinto, para tomar decisiones”. En este sentido, las administraciones deben mejorar la alfabetización de datos de su personal; en otras palabras, su capacidad para interpretar y analizar datos con precisión. Las administraciones de aduanas deben integrar la ciencia de datos en sus planes de estudios para los funcionarios recién contratados y participar en el desarrollo de cursos de aprendizaje a distancia para familiarizar a los funcionarios de aduanas con la recopilación y el análisis de datos a fin de forjar una cultura basada en datos. El personal también debe comprender el panorama general, es decir, el impacto de la Aduana en la protección efectiva de la sociedad, la facilitación del comercio y la recaudación justa de ingresos.

Por otro lado, con el mismo tenor, la OMA planteó la necesidad de que las administraciones aprovechen los datos en sus relaciones con otros actores a lo largo de la cadena de suministro, así como ponerlos a disposición del público y la academia como un medio para mejorar la transparencia, estimular la producción de conocimiento y permitir el diálogo con la sociedad civil. Compartir el análisis de datos con otras agencias gubernamentales aumenta el papel y la visibilidad de la Aduana en la formulación de políticas y en la obtención de los recursos necesarios, incluida la financiación de donantes. La difusión de información aduanera en la sociedad es parte de la respuesta de los gobiernos a la demanda general de una gobernanza abierta.

Con el fin de apoyar a las administraciones aduaneras y a modo de conclusión, “la Secretaría de la OMA ha incluido temas relacionados con los datos en las agendas de varios comités y grupos de trabajo, ha organizado seminarios de sensibilización, ha desarrollado módulos de aprendizaje electrónico y ha redactado un marco de creación de capacidad para el análisis de datos que fue adoptado por la OMA”. Adicionalmente, en diciembre de 2020, el Consejo difundió publicaciones prácticas y artículos en la revista WCO News. La OMA ha establecido una comunidad de expertos, bajo el nombre de BACUDA (BAND of Customs Data Analysts), que reúne a aduaneros y científicos de datos con el objetivo de desarrollar metodologías de análisis de datos. Junto con eso, la entidad mundial insiste en que “continuará investigando formas de recopilar y compartir información sobre las administraciones aduaneras para mejorar la forma en que brinda el desarrollo de capacidades. También seguirá realizando evaluaciones basadas en datos y trabajando con expertos internacionales a fin de responder a las solicitudes de asistencia”, Comunicado de la OMA (Aduana News, 2022).

Anexo 4: Artículos en referencia a las variables.

AmCham Perú: La transformación digital aduanera facilitará el comercio internacional.

Redacción ProActivo 12/02/2018



La SUNAT y el sector privado vienen trabajando para agilizar y simplificar los procesos aduaneros, a través de diversos programas y herramientas tecnológicas.

ProActivo

Se busca que este año el tiempo estimado de liberación en la importación baje de 100 horas a 50, así como los tiempos de exportación de 24 horas a 12.

Para mejorar la gestión aduanera y continuar facilitando el comercio internacional, la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), tiene como objetivos estratégicos, para este año, mejorar el cumplimiento tributario, reducir los costos de las obligaciones y reducir el fraude aduanero, a través de la transformación digital. Así lo afirmó Rafael García, Superintendente Nacional Adjunto de Aduanas, durante el evento: Agenda 2018 de facilitación del comercio, organizado por el Trade Center de la Cámara de Comercio Americana del Perú (AmCham Perú).

En ese sentido, la SUNAT viene implementado el programa “FAST” (Facilitación Aduanera, Seguridad y Transparencia), el mismo que se está trabajando en coordinación con el sector privado para agilizar y simplificar los procesos aduaneros, a través del uso intensivo de

herramientas tecnológicas, entre las cuales se encuentran nuevos servicios electrónicos para agentes de aduanas, puertos y almacenes, así como para los envíos de entrega rápida.

“Queremos reducir el tiempo total de liberación en la importación de 100 horas a 50, así como los tiempos de exportación de 24 a 12 horas. Por eso, dentro de nuestros planes está la eliminación de documentos físicos que generan sobrecostos, la interoperabilidad con la VUCE (Ventanilla Única de Comercio Exterior), el fortalecimiento de la cadena de custodia en las exportaciones y la factura electrónica, 100% a julio del 2018 para las DAM (Declaración Aduanera de Mercancías)”, indicó Rafael García, superintendente nacional de aduanas.

Otro aspecto al que se le dará mucha importancia es la gestión de riesgos. Para eso se pondrá en marcha el fortalecimiento de capacidades, sobre todo en los roles y responsabilidades por cada OCE (Operador de Comercio Exterior) en cada uno de los tramos de la cadena de custodia de la carga.

Asimismo, se implementarán normas para optimizar la seguridad, información electrónica previa de carga y pasajeros, equipamiento adecuado y moderno, como el uso de precintos con aplicaciones tecnológicas, cooperación interinstitucional y su incorporación al programa del Operador Económico Autorizado (OEA).

Respecto a este último, se tendrá un plan específico que implicará mayores beneficios para los importadores, incorporación de los ESER (Empresas de Servicio de Entrega Rápido) a la certificación, plan de trabajo con SENASA, así como acuerdos de reconocimiento mutuo con la Alianza del Pacífico, Uruguay y Estados Unidos. “Apuntamos a que el 70% del comercio internacional sea manejado por los Operadores Económicos Autorizados”, afirmó García.

Otro tema importante es la gestión integrada en fronteras. En esa línea, ya se cuenta con tres grandes centros de atención fronteriza en Tumbes, Tacna y Puno (próximo a ser inaugurado). Asimismo, dentro del plan 2018, se buscará el fortalecimiento del control integrado en las fronteras terrestre entre las Aduanas de Perú, Chile y Bolivia, mediante el intercambio de datos vehiculares en Línea (FUD), así como de la implementación del Sistema de Tránsito Internacional Aduanero (SINTIA) con Bolivia.

También se busca incrementar el despacho anticipado -modalidad de importación que permite a las mercancías importadas ser declaradas antes del arribo del medio de transporte a nuestro territorio-, y que sea mucho más rápido.

Para Omar Azañedo Sayán, gerente del Trade Center de AmCham Perú, la gestión que viene realizando la SUNAT para apoyar el comercio exterior es bastante eficiente “Reconocemos el trabajo que viene realizando la administración para simplificar los procesos aduaneros, logrando que los costos sean menores para los usuarios. Es importante que el sector público y privado trabajen de manera conjunta y comprometida; y como empresas y gremios debemos sumarnos al logro de estas metas y propósitos que no dejan de ser un objetivo país”

“En AmCham Perú, desde nuestro comité de Facilitación del Comercio y nuestras distintas mesas de trabajo, promovemos la aduana sin papeles y un comercio más facilitador y más seguro, esperamos seguir siendo un aliado para la SUNAT en el logro de estas metas”, afirmó Omar Azañedo Sayán.

Desde el 2009, con la puesta en vigencia del TLC con Estados Unidos, su principal mercado, AmCham Perú viene realizando visitas anuales a distintas zonas logísticas y aduaneras en ciudades portuarias y aeroportuarias de Estados Unidos; y puntos en frontera con Canadá y México, con el fin de aprender de buenas prácticas y estándares internacionales en la facilitación del comercio (ProActivo, 2018).

Anexo 5: Artículos en referencia a las variables.



La pandemia como una oportunidad para la transformación digital en las aduanas.

May 26, 2021 by **Sandra Corcuera-Santamaria - José Martín García Sanjinés**

Las aduanas de América Latina y el Caribe (ALC) tienen la posibilidad de aprovechar nuevas tecnologías e innovaciones para impulsar su transformación digital y agilizar los procesos de logística del comercio exterior, lo que puede contribuir a mejorar la competitividad y al crecimiento de las economías de sus países.

La pandemia realzó la importancia del comercio y de la logística del comercio exterior. Si bien COVID-19 suspendió a nivel global la cotidianidad de la vida desde marzo de 2020, la actividad comercial, aun con las consabidas disrupciones ocasionadas por las restricciones del transporte internacional y de las políticas de aislamiento social, dio lugar a considerables incrementos en el comercio electrónico y digital. Según un **reporte de Amazon**, sus ventas netas internacionales aumentaron en un 28,3% entre el primer semestre de 2020 y ese mismo período en 2019.

En particular, la pandemia puso a prueba las capacidades de respuesta de las **aduanas**, al evidenciar las oportunidades que presentan los procesos de transformación digital. Una buena parte de la aceleración en la adopción digital en las aduanas fue causada por la urgencia en el despacho de mercancías críticas para atender la emergencia y mantener el flujo del comercio regular.

Desde antes de la pandemia, ALC se encontraba rezagada frente a Norteamérica, Europa y Asia en la implementación de los compromisos adquiridos en el marco del Acuerdo de Facilitación del Comercio de la Organización Mundial del Comercio, según datos de 2019. Por lo que la región necesita aún generar eficiencias en la logística de su comercio internacional.

Por ende, la reactivación económica de ALC depende en gran medida del desempeño logístico de su comercio exterior, respaldado en una adecuada infraestructura, tanto física como digital, y de los servicios asociados de transporte.

Tecnologías para innovar y transformar la gestión aduanera

A raíz de estos desafíos, en la nueva publicación del BID **Logística en América Latina y el Caribe: oportunidades, desafíos y líneas de acción** presentamos algunos de los elementos transformadores e innovadores de la gestión aduanera que los países pueden poner en marcha con el uso de nuevas tecnologías.

Entre los principales elementos se encuentran la optimización, automatización y digitalización de procesos aduaneros y fronterizos. Estos funcionan como las piedras angulares del esfuerzo modernizador y sirven de base para generar los datos de calidad necesarios para implementar sistemas de gestión de riesgos robustos y efectivos.

Por ejemplo, la capacidad de las aduanas de obtener, procesar y analizar una gran cantidad de datos de calidad es clave para que las cadenas regionales de valor se fortalezcan y sean ágiles y seguras. Asimismo, la automatización requiere otros componentes innovadores como la utilización de la firma electrónica y de mecanismos de autenticación de los usuarios internos y externos.

Otro de los ingredientes de la receta de eficiencia y eficacia en la gestión aduanera es la **trazabilidad de las mercancías**. Nuevas tecnologías como los sistemas de identificación por radio frecuencia (RFID), el Internet de las Cosas (Iot), instrumentos para la geolocalización, los precintos electrónicos para las puertas de contenedores y remolques, y lectores OCR de matrículas, entre otros, permiten rastrear los cargamentos, los vehículos y a las personas que los transportan.

Estos sistemas se pueden desplegar en puntos críticos de los territorios, como en corredores viales que conectan con pasos de frontera terrestres, puertos y aeropuertos, así como en centros de producción y depósitos fiscales. Un ejemplo es el sistema **desarrollado en Brasil con el objetivo de trazar y rastrear vehículos de carga, embalajes y productos, integrando dicha información con los documentos fiscales electrónicos**. Asimismo, la trazabilidad física puede acompañarse con la documentada de forma digital proveniente de los datos de cada transacción.

Los datos que las aduanas capturan tienen un inmenso valor para la gestión del riesgo aduanero y fronterizo al digitalizarlos y asociarlos con los documentos de transporte y de las mercancías (manifiestos de carga, conocimientos de embarque, datos de las declaraciones de aduanas, y facturas electrónicas). Una vez capturados los datos, la aplicación de herramientas de inteligencia artificial, aprendizaje automatizado (*machine learning*) y *big data* permiten procesar y analizar grandes volúmenes de información para la identificación de patrones y vínculos complejos de operaciones de riesgo y fraude.

Uso de nuevas tecnologías para la Gestión Coordinada de Fronteras

Para beneficio de las cadenas de suministro y de la logística de comercio exterior, es importante además que estos procesos de uso de nuevas tecnologías se realicen en un contexto de **Gestión Coordinada de Fronteras** entre las aduanas y el resto de las entidades involucradas en procesos fronterizos.

Esa coordinación se agiliza con la interoperabilidad entre las autoridades y los operadores económicos a través de las **Ventanillas Únicas de Comercio Exterior** (VUCE) o los **Sistemas de Comunidad Portuaria**, para reducir tiempos y costos de los operadores e incrementar las capacidades de control. Por ejemplo, la adopción de la **VUCE en Costa Rica** está asociada con un crecimiento del 1,4 puntos porcentuales de las exportaciones de las empresas que hicieron uso de las ventanillas en comparación con las que no las utilizaron.

La oportunidad también se presenta para fomentar y fortalecer cadenas regionales de valor con iniciativas de interoperabilidad entre sistemas de aduanas y otras entidades fronterizas, como por ejemplo a través de la **Plataforma Digital de Comercio Centroamericana** (**PDCC**), y la aplicación **CADENA** que, utilizando *blockchain*, facilita el intercambio de

datos de empresas certificadas por su confiabilidad, como los Operadores Económicos Autorizados.

Finalmente, los elementos anteriores no serían efectivos sin una infraestructura funcional en los puestos de entrada y salida de las mercancías en las fronteras terrestres, puertos marítimos y aeropuertos. Igualmente, no tendría el mismo efecto si la infraestructura no cuenta con sistemas tecnológicos más avanzados para los controles de ingreso, salida, inspección y monitoreo. El proyecto de **Integración Tecnológica Aduanera (PITA)** de la Aduana de México es un ejemplo de intervención integral de tecnología e infraestructura fronteriza. Siguiendo en esta línea de modernización, las aduanas de **Nicaragua, Costa Rica y Panamá**, con apoyo del BID, llevan a cabo un proceso de reforma de sus pasos de frontera que incluye las instalaciones de frontera y la incorporación de últimas tecnologías.

Apoyo del BID a la modernización de la gestión aduanera y fronteriza

Desde la División de Comercio e Inversión del Sector de Integración y Comercio del BID apoyamos una agenda innovadora de proyectos de modernización de la gestión aduanera y fronteriza como los proyectos de transformación digital y de automatización de las aduanas de **Colombia y Perú**, que incluyen planes de trazabilidad inteligente de cargas y vehículos. Igualmente apoyamos iniciativas regionales para el uso de blockchain en el intercambio de datos entre ocho aduanas de la región, o la aplicación de inteligencia artificial para mejorar la gestión de riesgo aduanero en varios países, entre otros proyectos.

Los países de la región deberían aprovechar la disponibilidad de nuevas tecnologías, la coyuntura de innovación acelerada que presenta la pandemia y el acompañamiento de organizaciones como el BID para agilizar la transformación digital de sus aduanas (Corcuera Santamaria & García Sanjinés, 2021).

Anexo 6.

Tabla 6.1.

Matriz de Variable.

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Transformación Digital.	Implica en cambios e inversión para no quedarse atrás en las nuevas tendencias y cómo esta revolución está cambiando el día a día de las empresas (Ortiz, 2016).	Transformación de los modelos de negocio.	• Administración 2.0.
			• Plataformas SAFT.
		Gestión de Plataformas Virtuales.	• Transparencia y Seguridad.
			• Agilidad -VUCE.
		Lineamientos de gestión y planificación en Gobierno Digital.	• Normas y Procedimientos.
			• Mejoras en el proceso de importación.

Nota: Elaboración propia.

Tabla 6.2.

Matriz de Variable.

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Proceso Aduanero de Importación.	La importación para el consumo es el régimen aduanero que permite el ingreso de mercancías al territorio aduanero para su consumo, luego del pago o garantía, según corresponda, de los derechos arancelarios y demás impuestos aplicables, así como el pago de los recargos y multas que pudieran haberse generado y del cumplimiento de las formalidades y otras obligaciones aduaneras (SUNAT, Importación para el Consumo, 2022).	Proceso.	• Transmisión.
		• Documentación.	
		Destinación.	• Modalidad.
		• Acciones de Control.	
		Reglamentos.	• Normas.
		• Procedimientos.	

Nota: Elaboración propia.

Anexo 7.

Formato de Encuesta:

(1.) ¿Qué es la Transformación Digital, para usted?

a)	Innovación.	d)	Motivación.
b)	Cultura.	d)	Tecnología.
C)	Capacidad.	e)	Otros:

(2.) ¿Cree usted que tan importante el uso de estos canales virtuales en el proceso de despacho aduanero de importación, según su opinión?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

(3.) ¿Qué tan satisfecho estas con los beneficios que trajo consigo la implementación de canales virtuales dentro del proceso de importación?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

(4.) ¿Qué tan satisfecho estas con el uso de estos canales virtuales agilizo los procesos administrativos de la Agencia de Aduanas?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

(5.) ¿Creé usted importante la implementación de nuevos software o plataformas virtuales, debido a estos nuevos cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

(6.) ¿Con que frecuencia consideras que el desarrollo de la transformación digital ha generado mayor simplicidad en los procesos de importación con respecto a procesos anteriores?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

(7.) ¿Con que frecuencia se han presentan frecuentemente obstáculos y/o inconvenientes en este proceso de la transformación digital y/o canales virtuales?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

(8.) ¿Qué tan importante, cree usted que falta mayor capacitación por parte del personal en SUNAT?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

(9.) ¿Qué tan importante, cree usted el uso de los programas FAST representa un gran avance para la organización?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

(10.) ¿Qué tan importante, cree usted que falta mejorar el proceso de implementación en la transformación digital para beneficios de los comitentes y/o importadores?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

(11.) ¿Qué tan importante, cree usted que el sector Aduanero es uno de los que más tiene que adaptarse a este tipo de cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

(12.) ¿Ha generado alguna reducción de costos Administrativos aplicando transformación digital?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

(13.) ¿Qué tan difícil fue la implementación de aprendizajes en el proceso de Transformación Digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
b)	Difícil.	e)	Muy Fácil.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

(14.) ¿Con que frecuencia alcanzaron logros en el proceso de Transformación Digital?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

(15.) ¿Qué tan satisfecho estas con los logros alcanzados con el proceso de Transformación Digital?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

(16.)¿Qué tan difícil, cree usted que serán los siguientes pasos en el proceso de Transformación Digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
b)	Difícil.	e)	Muy Fácil.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

Anexo 8.

Formato de muestra de los Representantes Aduaneros, encuestados:

Agencia de Aduanas:	
Entrevistado (a):	Christian Javier Uribe Carranza
Agencia de Aduanas:	CASOR ADUANEROS SAC
Cargo:	Representante Legal
Correo Electrónico:	christian.uribe@casor.net

Entrevistado (a):	MIGUEL ALARCÓN CASAFRANCA
Agencia de Aduanas:	AGENTES PROFESIONALES DE ADUANAS SAC.
Cargo:	Representante Legal
Correo electrónico:	malarcon@apasac.com

Entrevistado (a):	JUAN GARCIA GUTIERREZ
Agencia de Aduanas:	TRABAJOS ADUANEROS SA
Cargo:	Representante Legal
Correo electrónico:	gerencia@trabajosaduaneros.com

Entrevistado (a):	JOSE GINO FAZIO AVILES
Agencia de Aduanas:	FAZIO ADUANAS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
Cargo:	Representante Aduanero
Correo electrónico:	gfazio@fazioaduanasac.com

Entrevistado (a):	DAVID PRUDENCIO ARANDA VEGA
Agencia de Aduanas:	ADUANAS & LOGISTICA INTEGRAL S.A.C.
Cargo:	Representante Aduanero
Correo electrónico:	david.aranda@aduanasintegral.com

Entrevistado (a):	RUGGERTHS PEREZ ALARCON
Agencia de Aduanas:	AGENTES CORPORATIVOS S.A.
Cargo:	Gerente General
Correo electrónico:	pabanto@agencorsa.pe

Entrevistado (a):	Oscar Miranda Ventocilla
--------------------------	--------------------------

Agencia de Aduanas:	South Aduanas SAC
Cargo:	Representante Legal
Correo electrónico:	oscar.miranda@southagencies.com

Entrevistado (a):	LIZETH ANDREA TORRES HERRERA
Agencia de Aduanas:	HOGELS ADUANAS S.A.C.
Cargo:	Representante Legal
Correo electrónico:	gerencia@hogelsaduanas.com

Entrevistado (a):	CARLOS ENRIQUE SEBASTIANI PORTUGAL
Agencia de Aduanas:	ALFONSO SEBASTIANI S.A.C. AGENCIA DE ADUA
Cargo:	Representante Legal
Correo electrónico:	operaciones1@agadsebastiani.com

Entrevistado (a):	CARLOS NESTOR REBOSSIO RUIZ
Agencia de Aduanas:	V&P CUSTOMS S.A.C.
Cargo:	Representante Legal
Correo electrónico:	carlos.rebossioruiz@vypcustoms.pe

Entrevistado (a):	MARCIAL FREDY SALINAS GAMARRA
Agencia de Aduanas:	3G ADUANAS S.A.C.
Cargo:	Representante Legal
Correo electrónico:	administracion@3gaduanas.com

Entrevistado (a):	GUSTAVO GERMAN MORA VIDAL
Agencia de Aduanas:	DATA ADUANERA S.A.
Cargo:	Representante Legal
Correo electrónico:	moragustavo@dataaduanera.com.pe

Entrevistado (a):	GLORIA ELSA GONZALES YATACO
Agencia de Aduanas:	ICA GROUP ADUANAS S.A.C.
Cargo:	Gerente General
Correo electrónico:	ggonzales@icagroupsac.com

Entrevistado (a):	LUZ OLGA AGUIRRE CANDIOTTE
Agencia de Aduanas:	SALCEA ADUANAS PERU S.A.C.

Cargo:	Gerente General
Correo electrónico:	oaguirre@salceacargo.com.pe

Entrevistado (a):	JAVIER ALEJANDRO PEÑA VALLES
Agencia de Aduanas:	ADL SERVICIOS LOGISTICOS S.A.C.
Cargo:	Gerente General
Correo electrónico:	comercial@adl-aduanas.com

Entrevistado (a):	YULY PAOLA LUNA PUICON
Agencia de Aduanas:	DPA ADUANAS S.A.C.
Cargo:	Gerente General
Correo electrónico:	yluna@dpa.com.pe

Entrevistado (a):	JOSE ALEJANDRO PISCOYA SECLÉN
Agencia de Aduanas:	NPP AGENCIA DE ADUANAS S.A.C.
Cargo:	GERENTE GENERAL
Correo electrónico:	yluna@dpa.com.pe

Entrevistado (a):	MAURO ARTURO RONDOÑO SUAREZ
Agencia de Aduanas:	A.R.S. ASESORES AGENTE DE ADUANA S.A.C.
Cargo:	Gerente General
Correo electrónico:	gerencia@arscomercioexterior.com

Entrevistado (a):	ALDO ARTURO MARIN TINTAYA
Agencia de Aduanas:	OLZAA AGENCIA DE ADUANA S.A.
Cargo:	Representante Aduanero
Correo electrónico:	arturo.marin@olzaa.com

Entrevistado (a):	JAVIER GUSTAVO LEON ARAMBULO
Agencia de Aduanas:	LA ESMERALDA AGENCIA DE ADUANA S.R.L.
Cargo:	Representante Legal
Correo electrónico:	jla@speedy.com.pe

Entrevistado (a):	MANUEL GRIMALDO OREJUELA ALVAREZ
Agencia de Aduanas:	CMC LOGISTICAS S.A.C.
Cargo:	Representante Legal

Correo electrónico: operaciones@agenciacmclogistics.com

Anexo 9.

Formato de Representantes Aduaneros, encuestados.

ENTREVISTADOS: Principales Agencias de Aduanas de Lima-Callao.

Presentación:

Buenos (as) (días/tardes/noches), mi nombre es CESAR JOHAN URIBE CASTILLO soy bachiller en Administración y Negocios Internacionales, y actualmente formo parte del Programa de Titulación en Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada del Norte 2022-01; a través del cual estoy realizando una investigación sobre los efectos de la “TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL PROCESO ADUANERO DE IMPORTACIÓN EN LAS AGENCIAS DE ADUANAS DE LIMA DURANTE LA PANDEMIA COVI 19. PERÚ 2020-2021.” para optar por el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales. Es importante mencionar que la información brindada en esta entrevista es de carácter confidencial y solo será utilizada para los propósitos del estudio. Agradezco de antemano su tiempo y colaboración

Entrevistado (; Christian Javier Uribe Carranza

Agencia de Ad Casor Aduaneros SAC

Cargo: Representante Legal

Correo Electrónico: christian.uribe@casor.net

1. ¿Qué es la Transformación Digital, para usted?

a)	Innovación.	d)	Motivación.
b)	Cultura.	d)	Tecnología.
C)	Capacidad.	e)	Otros:

2. ¿Cree usted que tan importante el uso de estos canales virtuales en el proceso de despacho aduanero de importación, según su opinión?

a)	No es importante.	d)	Importante.
b)	Poco importante.	e)	Muy importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

3. ¿Qué tan satisfecho estas con los beneficios que trajo consigo la implementación de canales virtuales dentro del proceso de importación?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

4. ¿Qué tan satisfecho estas con el uso de estos canales virtuales agilizo los procesos administrativos de la Agencia de Aduanas?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

5. ¿Creó usted importante la implementación de nuevos software o plataforma virtuales, debido a estos nuevos cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

6. ¿Con que frecuencia consideras que el desarrollo de la transformación digital ha generado mayor simplicidad en los procesos de importación con respecto a procesos anteriores?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

7. ¿Con que frecuencia se han presentan frecuentemente obstáculos y/o inconvenientes en este proceso de la transformación digital y/o canales virtuales?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

8. ¿Qué tan importante, cree usted que falta mayor capacitación por parte del personal en SUNAT?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

9. ¿Qué tan importante, cree usted el uso de los programas FAST representa un gran avance para la organización?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

10. ¿Qué tan importante, cree usted que falta mejorar el proceso de implementación en la transformación digital para beneficios de los comitentes y/o importadores?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

11. ¿Qué tan importante, cree usted que el sector Aduanero es uno de los que más tiene que adaptarse a este tipo de cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

12. ¿Ha generado alguna reducción de costos Administrativos aplicando transformación digital?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

13. ¿Qué tan difícil fue la implementación de aprendizajes en el proceso de Transformación Digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
b)	Difícil.	e)	Muy Fácil.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

14. ¿Con que frecuencia alcanzaron logros en el proceso de Transformación Digital?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

15. ¿Qué tan satisfecho estas con los logros alcanzados con el proceso de Transformación Digital?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

16. ¿Qué tan difícil, cree usted que serán los siguientes pasos en el proceso de Transformación Digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
b)	Difícil.	e)	Muy Fácil.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

Requisitos de Confiabilidad

Por un tema de ética y responsabilidad académica para la tesis de investigación para obtener el título de grado para la tesis: “TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL PROCESO ADUANERO DE IMPORTACIÓN EN LAS AGENCIAS DE ADUANAS DE LIMA DURANTE LA PANDEMIA COVI 19. PERÚ 2020-2021.”

Los datos recopilados serán de uso interno para la presente investigación de tesis.

La información no será modificada y ni adulterado.

Son de uso de confiabilidad y no serán expuestos, ni revelados.

Los datos recopilados son de uso netamente académicos y profesionales.

ADMINISTRACION Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE
Elaborado: CESAR JOHAN URIBE CASTILLO.

Código: N00153613

Celular: 932 242 579

Correo: N00153613@upn.edu.pe

ENTREVISTADOS: Principales Agencias de Aduanas de Lima-Callao.

Presentación:

Buenos (as) (días/tardes/noches), mi nombre es CESAR JOHAN URIBE CASTILLO soy bachiller en Administración y Negocios Internacionales, y actualmente formo parte del Programa de Titulación en Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada del Norte 2022-01; a través del cual estoy realizando una investigación sobre los efectos de la “TRANSFORMACION DIGITAL EN EL PROCESO ADUANERO DE IMPORTACIÓN EN LAS AGENCIAS DE ADUANAS DE LIMA DURANTE LA PANDEMIA COVI 19. PERÚ 2020-2021.” para optar por el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales. Es importante mencionar que la información brindada en esta entrevista es de carácter confidencial y solo será utilizada para los propósitos del estudio. Agradezco de antemano su tiempo y colaboración

Entrevistado (a): MIGUEL ALARCÓN CASA FRANCA
 Agencia de Aduanas: AGENTES PROFESIONALES DE ADUANAS SAC.
 Cargo: REPRESENTANTE LEGAL
 Correo Electrónico: malarcon@apasac.com

1. ¿Qué es la Transformación Digital, para usted?

a)	Innovación.	d)	Motivación.
b)	Cultura.	d)	Tecnología.
C)	Capacidad.	e)	Otros:

2. ¿Cree usted que tan importante el uso de estos canales virtuales en el proceso de despacho aduanero de importación, según su opinión?

a)	No es importante.	d)	Importante.
b)	Poco importante.	e)	Muy importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

3. ¿Qué tan satisfecho estas con los beneficios que trajo consigo la implementación de canales virtuales dentro del proceso de importación?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

4. ¿Qué tan satisfecho estas con el uso de estos canales virtuales agilizo los procesos administrativos de la Agencia de Aduanas?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

5. ¿Creó usted importante la implementación de nuevos software o plataforma virtuales, debido a estos nuevos cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

6. ¿Con que frecuencia consideras que el desarrollo de la transformación digital ha generado mayor simplicidad en los procesos de importación con respecto a procesos anteriores?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

7. ¿Con que frecuencia se han presentan frecuentemente obstáculos y/o inconvenientes en este proceso de la transformación digital y/o canales virtuales?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

8. ¿Qué tan importante, cree usted que falta mayor capacitación por parte del personal en SUNAT?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

9. ¿Qué tan importante, cree usted el uso de los programas FAST representa un gran avance para la organización?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

10. ¿Qué tan importante, cree usted que falta mejorar el proceso de implementación en la transformación digital para beneficios de los comitentes y/o importadores?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

11. ¿Qué tan importante, cree usted que el sector Aduanero es uno de los que más tiene que adaptarse a este tipo de cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

12. ¿Ha generado alguna reducción de costos Administrativos aplicando transformación digital?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

13. ¿Qué tan difícil fue la implementación de aprendizajes en el proceso de Transformación Digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
b)	Difícil.	e)	Muy Fácil.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

14. ¿Con que frecuencia alcanzaron logros en el proceso de Transformación Digital?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

15. ¿Qué tan satisfecho estas con los logros alcanzados con el proceso de Transformación Digital?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

16. ¿Qué tan difícil, cree usted que serán los siguientes pasos en el proceso de Transformación Digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
b)	Difícil.	e)	Muy Fácil.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

Requisitos de Confiabilidad

✓ Por un tema de etica y responsabilidad academica para la tesis de inestigacion para obtener el titulo de grado para la tesis: "TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL PROCESO ADUANERO DE IMPORTACIÓN EN LAS AGENCIAS DE ADUANAS DE LIMA DURANTE LA PANDEMIA COVI 19. PERÚ 2020-2021."

Los datos recopilados seran de uso interno para la presente investigacion de tesis.

La informacion no sera modificado y ni adulterado.

Son de uso de confiabilidad y no seran expuestos, ni revelados.

Los datos recopilados son de uso netamente academicos y profesionales.

ADMINISTRACION Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE

Elaborado: CESAR JOHAN URIBE CASTILLO.

Codigo: N00153613

Celular: 932 242 579

Correo: N00153613@upn.edu.pe

ENTREVISTADOS: Principales Agencias de Aduanas de Lima-Callao.

Presentación:

Buenos (as) (días/tardes/noches), mi nombre es CESAR JOHAN URIBE CASTILLO soy bachiller en Administración y Negocios Internacionales, y actualmente formo parte del Programa de Titulación en Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada del Norte 2022-01; a través del cual estoy realizando una investigación sobre los efectos de la “TRANSFORMACION DIGITAL EN EL PROCESO ADUANERO DE IMPORTACIÓN EN LAS AGENCIAS DE ADUANAS DE LIMA DURANTE LA PANDEMIA COVI 19. PERÚ 2020-2021.” para optar por el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales. Es importante mencionar que la información brindada en esta entrevista es de carácter confidencial y solo será utilizada para los propósitos del estudio. Agradezco de antemano su tiempo y colaboración

Entrevistado (a): JUAN GARCIA GUTIERREZ
 Agencia de Aduanas: TRABAJOS ADUANEROS SA
 Cargo: REPRESENTANTE LEGAL
 Correo Electronica: gerencia@trabajosaduaneros.com

1. ¿Qué es la Transformación Digital, para usted?

x	Innovación.	d)	Motivación.
b)	Cultura.	d)	Tecnología.
C)	Capacidad.	e)	Otros:

2. ¿Cree usted que tan importante el uso de estos canales virtuales en el proceso de despacho aduanero de importación, según su opinión?

a)	No es Importante.	X	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

3. ¿Qué tan satisfecho estas con los beneficios que trajo consigo la implementación de canales virtuales dentro del proceso de importación?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
X	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

4. ¿Qué tan satisfecho estas con el uso de estos canales virtuales agilizo los procesos administrativos de la Agencia de Aduanas?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
X	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

5. ¿Creó usted importante la implementación de nuevos software o plataforma virtuales, debido a estos nuevos cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	X	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

6. ¿Con que frecuencia consideras que el desarrollo de la transformación digital ha generado mayor simplicidad en los procesos de importación con respecto a procesos anteriores?

a)	Nunca.	X	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

7. ¿Con que frecuencia se han presentan frecuentemente obstáculos y/o inconvenientes en este proceso de la transformación digital y/o canales virtuales?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
X	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

8. ¿Qué tan importante, cree usted que falta mayor capacitación por parte del personal en SUNAT?

a)	No es Importante.	X	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

9. ¿Qué tan importante, cree usted el uso de los programas FAST representa un gran avance para la organización?

a)	No es Importante.	X	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

10. ¿Qué tan importante, cree usted que falta mejorar el proceso de implementación en la transformación digital para beneficios de los comitentes y/o importadores?

a)	No es Importante.	X	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

11. ¿Qué tan importante, cree usted que el sector Aduanero es uno de los que más tiene que adaptarse a este tipo de cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	X	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

12. ¿Ha generado alguna reducción de costos Administrativos aplicando transformación digital?

a)	Nunca.	X	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

13. ¿Qué tan difícil fue la implementación de aprendizajes en el proceso de Transformación Digital?

a)	Muy difícil.	X	Fácil.
b)	Difícil.	e)	Muy Fácil.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

14. ¿Con que frecuencia alcanzaron logros en el proceso de Transformación Digital?

a)	Nunca.	X	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

15. ¿Qué tan satisfecho estas con los logros alcanzados con el proceso de Transformación Digital?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
X	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

16. ¿Qué tan difícil, cree usted que serán los siguientes pasos en el proceso de Transformación Digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
b)	Difícil.	e)	Muy Fácil.
x	Neutral.	f)	No Opina.

Requisitos de Confiabilidad

✓ Por un tema de ética y responsabilidad académica para la tesis de investigación para obtener el título de grado para la tesis: “TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL PROCESO ADUANERO DE IMPORTACIÓN EN LAS AGENCIAS DE ADUANAS DE LIMA DURANTE LA PANDEMIA COVI 19. PERÚ 2020-2021.”

Los datos recopilados serán de uso interno para la presente investigación de tesis.

La información no será modificada y ni adulterado.

Son de uso de confiabilidad y no serán expuestos, ni revelados.

Los datos recopilados son de uso netamente académicos y profesionales.

ADMINISTRACION Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE

Elaborado: CESAR JOHAN URIBE CASTILLO.

Codigo: N00153613

Celular: 932 242 579

Correo: N00153613@upn.edu.pe

ENTREVISTADOS: Principales Agencias de Aduanas de Lima-Callao.

Presentación:

Buenos (as) (días/tardes/noches), mi nombre es CESAR JOHAN URIBE CASTILLO soy bachiller en Administración y Negocios Internacionales, y actualmente formo parte del Programa de Titulación en Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada del Norte 2022-01; a través del cual estoy realizando una investigación sobre los efectos de la “TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL PROCESO ADUANERO DE IMPORTACIÓN EN LAS AGENCIAS DE ADUANAS DE LIMA DURANTE LA PANDEMIA COVI 19. PERÚ 2020-2021.” para optar por el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales. Es importante mencionar que la información brindada en esta entrevista es de carácter confidencial y solo será utilizada para los propósitos del estudio. Agradezco de antemano su tiempo y colaboración

Entrevistado (a): Jose Luis Caballero Ramirez
Agencia de Aduanas: Agentes Profesionales de Aduanas SAC
Cargo: Jefe de Liquidaciones
Correo Electronica: josecaballero@apasac.com

1. ¿Qué es la Transformación Digital, para usted?

a)	Innovación.	d)	Motivación.
b)	Cultura.	d)	Tecnología.
c)	Capacidad.	e)	Otros:

2. ¿Cree usted que tan importante el uso de estos canales virtuales en el proceso de despacho aduanero de importación, según su opinión?

a)	No es importante.	d)	Importante.
b)	Poco importante.	e)	Muy importante.
c)	Neutral.	f)	No Opina.

3. ¿Qué tan satisfecho estas con los beneficios que trajo consigo la implementación de canales virtuales dentro del proceso de importación?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
c)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

4. ¿Qué tan satisfecho estas con el uso de estos canales virtuales agilizo los procesos administrativos de la Agencia de Aduanas?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
c)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

5. ¿Creó usted importante la implementación de nuevos software o plataforma virtuales, debido a estos nuevos cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

6. ¿Con que frecuencia consideras que el desarrollo de la transformación digital ha generado mayor simplicidad en los procesos de importación con respecto a procesos anteriores?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

7. ¿Con que frecuencia se han presentan frecuentemente obstáculos y/o inconvenientes en este proceso de la transformación digital y/o canales virtuales?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

8. ¿Qué tan importante, cree usted que falta mayor capacitación por parte del personal en SUNAT?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

9. ¿Qué tan importante, cree usted el uso de los programas FAST representa un gran avance para la organización?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

10. ¿Qué tan importante, cree usted que falta mejorar el proceso de implementación en la transformación digital para beneficios de los comitentes y/o importadores?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

11. ¿Qué tan importante, cree usted que el sector Aduanero es uno de los que más tiene que adaptarse a este tipo de cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

12. ¿Ha generado alguna reducción de costos Administrativos aplicando transformación digital?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

13. ¿Qué tan difícil fue la implementación de aprendizajes en el proceso de Transformación Digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
b)	Difícil.	e)	Muy Fácil.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

14. ¿Con que frecuencia alcanzaron logros en el proceso de Transformación Digital?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

15. ¿Qué tan satisfecho estas con los logros alcanzados con el proceso de Transformación Digital?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

16. ¿Qué tan difícil, cree usted que serán los siguientes pasos en el proceso de Transformación Digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
b)	Difícil.	e)	Muy Fácil.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

Requisitos de Confabilidad

Por un tema de etica y responsabilidad academica para la tesis de inestigacion para obtener el titulo de grado para la tesis: "TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL PROCESO ADUANERO DE IMPORTACIÓN EN LAS AGENCIAS DE ADUANAS DE LIMA DURANTE LA PANDEMIA COVI 19. PERÚ 2020-2021."

Los datos recopilados seran de uso interno para la presente investigacion de tesis.

La informacion no sera modificado y ni adulterado.

Son de uso de confiabilidad y no seran expuestos, ni revelados.

Los datos recopilados son de uso netamente academicos y profesionales.

ADMINISTRACION Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE.

Elaborado: CESAR JOHAN URIBE CASTILLO.

Codigo: N00153613

Celular: 932 242 579

Correo: N00153613@upn.edu.pe

ENTREVISTADOS: Principales Agencias de Aduanas de Lima-Callao.

Presentación:

Buenos (as) (días/tardes/noches), mi nombre es CESAR JOHAN URIBE CASTILLO soy bachiller en Administración y Negocios Internacionales, y actualmente formo parte del Programa de Titulación en Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada del Norte 2022-01; a través del cual estoy realizando una investigación sobre los efectos de la “TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL PROCESO ADUANERO DE IMPORTACIÓN EN LAS AGENCIAS DE ADUANAS DE LIMA DURANTE LA PANDEMIA COVI 19. PERÚ 2020-2021.” para optar por el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales. Es importante mencionar que la información brindada en esta entrevista es de carácter confidencial y solo será utilizada para los propósitos del estudio. Agradezco de antemano su tiempo y colaboración

Entrevistado (a): Eddie Chávez F
 Agencia de Aduanas: Agentes Profesionales
 Cargo: Liquidador
 Correo Electronica: eachf1983@gmail.com

1. ¿Qué es la Transformación Digital, para usted?

a)	Innovación.	d)	Motivación.
b)	Cultura.	d)	Tecnología.
C)	Capacidad.	e)	Otros:

2. ¿Cree usted que tan importante el uso de estos canales virtuales en el proceso de despacho aduanero de importación, según su opinión?

a)	No es importante.	d)	Importante.
b)	Poco importante.	e)	Muy importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

3. ¿Qué tan satisfecho estas con los beneficios que trajo consigo la implementación de canales virtuales dentro del proceso de importación?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

4. ¿Qué tan satisfecho estas con el uso de estos canales virtuales agilizo los procesos administrativos de la Agencia de Aduanas?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

5. ¿Creó usted importante la implementación de nuevos software o plataforma virtuales, debido a estos nuevos cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

6. ¿Con que frecuencia consideras que el desarrollo de la transformación digital ha generado mayor simplicidad en los procesos de importación con respecto a procesos anteriores?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

7. ¿Con que frecuencia se han presentan frecuentemente obstáculos y/o inconvenientes en este proceso de la transformación digital y/o canales virtuales?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

8. ¿Qué tan importante, cree usted que falta mayor capacitación por parte del personal en SUNAT?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

9. ¿Qué tan importante, cree usted el uso de los programas FAST representa un gran avance para la organización?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

10. ¿Qué tan importante, cree usted que falta mejorar el proceso de implementación en la transformación digital para beneficios de los comitentes y/o importadores?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

11. ¿Qué tan importante, cree usted que el sector Aduanero es uno de los que más tiene que adaptarse a este tipo de cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

12. ¿Ha generado alguna reducción de costos Administrativos aplicando transformación digital?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
c)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

13. ¿Qué tan difícil fue la implementación de aprendizajes en el proceso de Transformación Digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
b)	Difícil.	e)	Muy Fácil.
c)	Neutral.	f)	No Opina.

14. ¿Con que frecuencia alcanzaron logros en el proceso de Transformación Digital?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
c)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

15. ¿Qué tan satisfecho estas con los logros alcanzados con el proceso de Transformación Digital?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
c)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

16. ¿Qué tan difícil, cree usted que serán los siguientes pasos en el proceso de Transformación Digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
b)	Difícil.	e)	Muy Fácil.
c)	Neutral.	f)	No Opina.

Requisitos de Confiabilidad

✓ Por un tema de ética y responsabilidad académica para la tesis de investigación para obtener el título de grado para la tesis: “TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL PROCESO ADUANERO DE IMPORTACIÓN EN LAS AGENCIAS DE ADUANAS DE LIMA DURANTE LA PANDEMIA COVI 19. PERÚ 2020-2021.”

Los datos recopilados serán de uso interno para la presente investigación de tesis.

La información no será modificada y ni adulterado.

Son de uso de confiabilidad y no serán expuestos, ni revelados.

Los datos recopilados son de uso netamente académicos y profesionales.

ADMINISTRACION Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE

Elaborado: CESAR JOHAN URIBE CASTILLO.

Código: N00153613

Celular: 932 242 579

Correo: N00153613@upn.edu.pe

ENTREVISTADOS: Principales Agencias de Aduanas de Lima-Callao.

Presentación:

Buenos (as) (días/tardes/noches), mi nombre es CESAR JOHAN URIBE CASTILLO soy bachiller en Administración y Negocios Internacionales, y actualmente formo parte del Programa de Titulación en Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada del Norte 2022-01; a través del cual estoy realizando una investigación sobre los efectos de la “TRANSFORMACION DIGITAL EN EL PROCESO ADUANERO DE IMPORTACIÓN EN LAS AGENCIAS DE ADUANAS DE LIMA DURANTE LA PANDEMIA COVI 19. PERÚ 2020-2021.” para optar por el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales. Es importante mencionar que la información brindada en esta entrevista es de carácter confidencial y solo será utilizada para los propósitos del estudio. Agradezco de antemano su tiempo y colaboración

Entrevistado (a): ANDRES ELES CANO

Agencia de Aduanas: AGENTES PROFESIONALES DE ADUANA

Cargo: AUXILIAR DE DESPACHO

Correo Electronica: carlitosscarioni@gmail.com

1. ¿Qué es la Transformación Digital, para usted?

a)	Innovación.	d)	Motivación.
b)	Cultura.	d)	Tecnología.
C)	Capacidad.	e)	Otros:

2. ¿Cree usted que tan importante el uso de estos canales virtuales en el proceso de despacho aduanero de importación, según su opinión?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

3. ¿Qué tan satisfecho estas con los beneficios que trajo consigo la implementación de canales virtuales dentro del proceso de importación?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

4. ¿Qué tan satisfecho estas con el uso de estos canales virtuales agilizo los procesos administrativos de la Agencia de Aduanas?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

5. ¿Creé usted importante la implementación de nuevos software o plataforma virtuales, debido a estos nuevos cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

6. ¿Con que frecuencia consideras que el desarrollo de la transformación digital ha generado mayor simplicidad en los procesos de importación con respecto a procesos anteriores?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

7. ¿Con que frecuencia se han presentan frecuentemente obstáculos y/o inconvenientes en este proceso de la transformación digital y/o canales virtuales?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

8. ¿Qué tan importante, cree usted que falta mayor capacitación por parte del personal en SUNAT?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

9. ¿Qué tan importante, cree usted el uso de los programas FAST representa un gran avance para la organización?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

10. ¿Qué tan importante, cree usted que falta mejorar el proceso de implementación en la transformación digital para beneficios de los comitentes y/o importadores?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

11. ¿Qué tan importante, cree usted que el sector Aduanero es uno de los que más tiene que adaptarse a este tipo de cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

12. ¿Ha generado alguna reducción de costos Administrativos aplicando transformación digital?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

13. ¿Qué tan difícil fue la implementación de aprendizajes en el proceso de Transformación Digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
b)	Difícil.	e)	Muy Fácil.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

14. ¿Con que frecuencia alcanzaron logros en el proceso de Transformación Digital?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

15. ¿Qué tan satisfecho estas con los logros alcanzados con el proceso de Transformación Digital?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

16. ¿Qué tan difícil, cree usted que serán los siguientes pasos en el proceso de Transformación Digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
b)	Difícil.	e)	Muy Fácil.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

Requisitos de Confiabilidad

Por un tema de ética y responsabilidad académica para la tesis de investigación para obtener el título de grado para la tesis: “TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL PROCESO ADUANERO DE IMPORTACIÓN EN LAS AGENCIAS DE ADUANAS DE LIMA DURANTE LA PANDEMIA COVI 19. PERÚ 2020-2021.”

Los datos recopilados serán de uso interno para la presente investigación de tesis.

La información no será modificada y ni adulterado.

Son de uso de confiabilidad y no serán expuestos, ni revelados.

Los datos recopilados son de uso netamente académicos y profesionales.

ADMINISTRACION Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE

Elaborado: CESAR JOHAN URIBE CASTILLO.

Código: N00153613

Celular: 932 242 579

Correo: N00153613@upn.edu.pe

ENTREVISTADOS: Principales Agencias de Aduanas de Lima-Callao.

Presentación:

Buenos (as) (días/tardes/noches), mi nombre es CESAR JOHAN URIBE CASTILLO soy bachiller en Administración y Negocios Internacionales, y actualmente formo parte del Programa de Titulación en Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada del Norte 2022-01; a través del cual estoy realizando una investigación sobre los efectos de la “TRANSFORMACION DIGITAL EN EL PROCESO ADUANERO DE IMPORTACIÓN EN LAS AGENCIAS DE ADUANAS DE LIMA DURANTE LA PANDEMIA COVI 19. PERÚ 2020-2021.” para optar por el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales. Es importante mencionar que la información brindada en esta entrevista es de carácter confidencial y solo será utilizada para los propósitos del estudio. Agradezco de antemano su tiempo y colaboración

Entrevistado (Oscar Miranda Ventocilla

Agencia de Ad South Aduanas SAC

Cargo: Representante Legal

Correo Electrónico: oscar.miranda@southagencies.com

1. ¿Qué es la Transformación Digital, para usted?

a)	Innovación.	d)	Motivación.
b)	Cultura.	d)	Tecnología.
c)	Capacidad.	e)	Otros:

2. ¿Cree usted que tan importante el uso de estos canales virtuales en el proceso de despacho aduanero de importación, según su opinión?

a)	No es importante.	d)	Importante.
b)	Poco importante.	e)	Muy importante.
c)	Neutral.	f)	No Opina.

3. ¿Qué tan satisfecho estas con los beneficios que trajo consigo la implementación de canales virtuales dentro del proceso de importación?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
c)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

4. ¿Qué tan satisfecho estas con el uso de estos canales virtuales agilizo los procesos administrativos de la Agencia de Aduanas?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
c)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

5. ¿Creó usted importante la implementación de nuevos software o plataforma virtuales, debido a estos nuevos cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

6. ¿Con que frecuencia consideras que el desarrollo de la transformación digital ha generado mayor simplicidad en los procesos de importación con respecto a procesos anteriores?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

7. ¿Con que frecuencia se han presentan frecuentemente obstáculos y/o inconvenientes en este proceso de la transformación digital y/o canales virtuales?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

8. ¿Qué tan importante, cree usted que falta mayor capacitación por parte del personal en SUNAT?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

9. ¿Qué tan importante, cree usted el uso de los programas FAST representa un gran avance para la organización?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

10. ¿Qué tan importante, cree usted que falta mejorar el proceso de implementación en la transformación digital para beneficios de los comitentes y/o importadores?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

11. ¿Qué tan importante, cree usted que el sector Aduanero es uno de los que más tiene que adaptarse a este tipo de cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

12. ¿Ha generado alguna reducción de costos Administrativos aplicando transformación digital?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
c)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

13. ¿Qué tan difícil fue la implementación de aprendizajes en el proceso de Transformación Digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
b)	Difícil.	e)	Muy Fácil.
c)	Neutral.	f)	No Opina.

14. ¿Con que frecuencia alcanzaron logros en el proceso de Transformación Digital?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
c)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

15. ¿Qué tan satisfecho estas con los logros alcanzados con el proceso de Transformación Digital?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
c)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

16. ¿Qué tan difícil, cree usted que serán los siguientes pasos en el proceso de Transformación Digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
b)	Difícil.	e)	Muy Fácil.
c)	Neutral.	f)	No Opina.

Requisitos de Confiabilidad

Por un tema de ética y responsabilidad académica para la tesis de investigación para obtener el título de grado para la tesis: “TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL PROCESO ADUANERO DE IMPORTACIÓN EN LAS AGENCIAS DE ADUANAS DE LIMA DURANTE LA PANDEMIA COVI 19. PERÚ 2020-2021.”

Los datos recopilados serán de uso interno para la presente investigación de tesis.

La información no será modificada y ni adulterado.

Son de uso de confiabilidad y no serán expuestos, ni revelados.

Los datos recopilados son de uso netamente académicos y profesionales.

ADMINISTRACION Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE

Elaborado: **CESAR JOHAN URIBE CASTILLO.**

Código: N00153613

Celular: 932 242 579

Correo: N00153613@upn.edu.pe

ENTREVISTADOS: Principales Agencias de Aduanas de Lima-Callao.

Presentación:

Buenos (as) (días/tardes/noches), mi nombre es CESAR JOHAN URIBE CASTILLO soy bachiller en Administración y Negocios Internacionales, y actualmente formo parte del Programa de Titulación en Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada del Norte 2022-01; a través del cual estoy realizando una investigación sobre los efectos de la “TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL PROCESO ADUANERO DE IMPORTACIÓN EN LAS AGENCIAS DE ADUANAS DE LIMA DURANTE LA PANDEMIA COVI 19. PERÚ 2020-2021.” para optar por el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales. Es importante mencionar que la información brindada en esta entrevista es de carácter confidencial y solo será utilizada para los propósitos del estudio. Agradezco de antemano su tiempo y colaboración

Entrevistado (a): LIZETH ANDREA TORRES HERRERA
Agencia de Aduanas: HOGELS ADUANAS S.A.C.
Cargo: Representante Legal
Correo Electronica: gerencia@hogelsaduanas.com

1. ¿Qué es la Transformación Digital, para usted?

a)	Innovación.	d)	Motivación.
b)	Cultura.	d)	Tecnología.
C)	Capacidad.	e)	Otros:

2. ¿Cree usted que tan importante el uso de estos canales virtuales en el proceso de despacho aduanero de importación, según su opinión?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

3. ¿Qué tan satisfecho estas con los beneficios que trajo consigo la implementación de canales virtuales dentro del proceso de importación?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

4. ¿Qué tan satisfecho estas con el uso de estos canales virtuales agilizo los procesos administrativos de la Agencia de Aduanas?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

5. ¿Creó usted importante la implementación de nuevos software o plataforma virtuales, debido a estos nuevos cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

6. ¿Con que frecuencia consideras que el desarrollo de la transformación digital ha generado mayor simplicidad en los procesos de importación con respecto a procesos anteriores?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

7. ¿Con que frecuencia se han presentan frecuentemente obstáculos y/o inconvenientes en este proceso de la transformación digital y/o canales virtuales?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

8. ¿Qué tan importante, cree usted que falta mayor capacitación por parte del personal en SUNAT?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

9. ¿Qué tan importante, cree usted el uso de los programas FAST representa un gran avance para la organización?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

10. ¿Qué tan importante, cree usted que falta mejorar el proceso de implementación en la transformación digital para beneficios de los comitentes y/o importadores?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

11. ¿Qué tan importante, cree usted que el sector Aduanero es uno de los que más tiene que adaptarse a este tipo de cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

12. ¿Ha generado alguna reducción de costos Administrativos aplicando transformación digital?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

13. ¿Qué tan difícil fue la implementación de aprendizajes en el proceso de Transformación Digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
b)	Difícil.	e)	Muy Fácil.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

14. ¿Con que frecuencia alcanzaron logros en el proceso de Transformación Digital?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

15. ¿Qué tan satisfecho estas con los logros alcanzados con el proceso de Transformación Digital?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

16. ¿Qué tan difícil, cree usted que serán los siguientes pasos en el proceso de Transformación Digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
b)	Difícil.	e)	Muy Fácil.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

Requisitos de Confiabilidad

✓ Por un tema de ética y responsabilidad académica para la tesis de investigación para obtener el título de grado para la tesis: “TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL PROCESO ADUANERO DE IMPORTACIÓN EN LAS AGENCIAS DE ADUANAS DE LIMA DURANTE LA PANDEMIA COVI 19. PERÚ 2020-2021.”

Los datos recopilados serán de uso interno para la presente investigación de tesis.

La información no será modificada y ni adulterado.

Son de uso de confiabilidad y no serán expuestos, ni revelados.

Los datos recopilados son de uso netamente académicos y profesionales.

ADMINISTRACION Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE

Elaborado: CESAR JOHAN URIBE CASTILLO.

Código: N00153613

Celular: 932 242 579

Correo: N00153613@upn.edu.pe

ENTREVISTADOS: Principales Agencias de Aduanas de Lima-Callao.

Presentación:

Buenos (as) (días/tardes/noches), mi nombre es CESAR JOHAN URIBE CASTILLO soy bachiller en Administración y Negocios Internacionales, y actualmente formo parte del Programa de Titulación en Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada del Norte 2022-01; a través del cual estoy realizando una investigación sobre los efectos de la “TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL PROCESO ADUANERO DE IMPORTACIÓN EN LAS AGENCIAS DE ADUANAS DE LIMA DURANTE LA PANDEMIA COVI 19. PERÚ 2020-2021.” para optar por el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales. Es importante mencionar que la información brindada en esta entrevista es de carácter confidencial y solo será utilizada para los propósitos del estudio. Agradezco de antemano su tiempo y colaboración

Entrevistado (a): CARLOS ENRIQUE SEBASTIANI PORTUGAL
Agencia de Aduanas: ALFONSO SEBASTIANI S.A.C.AGENCIA DE ADUA
Cargo: Representante Legal
Correo Electronica: operaciones1@agadsebastiani.com

1. ¿Qué es la Transformación Digital, para usted?

a)	Innovación.	d)	Motivación.
b)	Cultura.	d)	Tecnología.
C)	Capacidad.	e)	Otros:

2. ¿Cree usted que tan importante el uso de estos canales virtuales en el proceso de despacho aduanero de importación, según su opinión?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

3. ¿Qué tan satisfecho estas con los beneficios que trajo consigo la implementación de canales virtuales dentro del proceso de importación?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

4. ¿Qué tan satisfecho estas con el uso de estos canales virtuales agilizo los procesos administrativos de la Agencia de Aduanas?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

5. ¿Creó usted importante la implementación de nuevos software o plataforma virtuales, debido a estos nuevos cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
c)	Neutral.	f)	No Opina.

6. ¿Con que frecuencia consideras que el desarrollo de la transformación digital ha generado mayor simplicidad en los procesos de importación con respecto a procesos anteriores?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
c)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

7. ¿Con que frecuencia se han presentan frecuentemente obstáculos y/o inconvenientes en este proceso de la transformación digital y/o canales virtuales?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
c)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

8. ¿Qué tan importante, cree usted que falta mayor capacitación por parte del personal en SUNAT?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
c)	Neutral.	f)	No Opina.

9. ¿Qué tan importante, cree usted el uso de los programas FAST representa un gran avance para la organización?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
c)	Neutral.	f)	No Opina.

10. ¿Qué tan importante, cree usted que falta mejorar el proceso de implementación en la transformación digital para beneficios de los comitentes y/o importadores?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
c)	Neutral.	f)	No Opina.

11. ¿Qué tan importante, cree usted que el sector Aduanero es uno de los que más tiene que adaptarse a este tipo de cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
c)	Neutral.	f)	No Opina.

12. ¿Ha generado alguna reducción de costos Administrativos aplicando transformación digital?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

13. ¿Qué tan difícil fue la implementación de aprendizajes en el proceso de Transformación Digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
b)	Difícil.	e)	Muy Fácil.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

14. ¿Con que frecuencia alcanzaron logros en el proceso de Transformación Digital?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

15. ¿Qué tan satisfecho estas con los logros alcanzados con el proceso de Transformación Digital?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

16. ¿Qué tan difícil, cree usted que serán los siguientes pasos en el proceso de Transformación Digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
b)	Difícil.	e)	Muy Fácil.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

Requisitos de Confiabilidad

✓ Por un tema de ética y responsabilidad académica para la tesis de investigación para obtener el título de grado para la tesis: “TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL PROCESO ADUANERO DE IMPORTACIÓN EN LAS AGENCIAS DE ADUANAS DE LIMA DURANTE LA PANDEMIA COVI 19. PERÚ 2020-2021.”

Los datos recopilados serán de uso interno para la presente investigación de tesis.

La información no será modificada y ni adulterado.

Son de uso de confiabilidad y no serán expuestos, ni revelados.

Los datos recopilados son de uso netamente académicos y profesionales.

ADMINISTRACION Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE

Elaborado: **CESAR JOHAN URIBE CASTILLO.**

Código: N00153613

Celular: 932 242 579

Correo: N00153613@upn.edu.pe

ENTREVISTADOS: Principales Agencias de Aduanas de Lima-Callao.

Presentación:

Buenos (as) (días/tardes/noches), mi nombre es CESAR JOHAN URIBE CASTILLO soy bachiller en Administración y Negocios Internacionales, y actualmente formo parte del Programa de Titulación en Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada del Norte 2022-01; a través del cual estoy realizando una investigación sobre los efectos de la “TRANSFORMACION DIGITAL EN EL PROCESO ADUANERO DE IMPORTACIÓN EN LAS AGENCIAS DE ADUANAS DE LIMA DURANTE LA PANDEMIA COVI 19. PERÚ 2020-2021.” para optar por el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales. Es importante mencionar que la información brindada en esta entrevista es de carácter confidencial y solo será utilizada para los propósitos del estudio. Agradezco de antemano su tiempo y colaboración

Entrevistado (a): CARLOS NESTOR REBOSSIO RUIZ
Agencia de Aduanas: V&P CUSTOMS S.A.C.
Cargo: REPRESENTANTE LEGAL
Correo Electronica: carlos.rebossioruiz@vypcustoms.pe

1. ¿Qué es la Transformación Digital, para usted?

a)	Innovación.	d)	Motivación.
b)	Cultura.	d)	Tecnología.
C)	Capacidad.	e)	Otros:

2. ¿Cree usted que tan importante el uso de estos canales virtuales en el proceso de despacho aduanero de importación, según su opinión?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

3. ¿Qué tan satisfecho estas con los beneficios que trajo consigo la implementación de canales virtuales dentro del proceso de importación?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

4. ¿Qué tan satisfecho estas con el uso de estos canales virtuales agilizo los procesos administrativos de la Agencia de Aduanas?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

5. ¿Creé usted importante la implementación de nuevos software o plataforma virtuales, debido a estos nuevos cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

6. ¿Con que frecuencia consideras que el desarrollo de la transformación digital ha generado mayor simplicidad en los procesos de importación con respecto a procesos anteriores?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

7. ¿Con que frecuencia se han presentan frecuentemente obstáculos y/o inconvenientes en este proceso de la transformación digital y/o canales virtuales?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

8. ¿Qué tan importante, cree usted que falta mayor capacitación por parte del personal en SUNAT?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

9. ¿Qué tan importante, cree usted el uso de los programas FAST representa un gran avance para la organización?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

10. ¿Qué tan importante, cree usted que falta mejorar el proceso de implementación en la transformación digital para beneficios de los comitentes y/o importadores?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

11. ¿Qué tan importante, cree usted que el sector Aduanero es uno de los que más tiene que adaptarse a este tipo de cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

12. ¿Ha generado alguna reducción de costos Administrativos aplicando transformación digital?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

13. ¿Qué tan difícil fue la implementación de aprendizajes en el proceso de Transformación Digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
b)	Difícil.	e)	Muy Fácil.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

14. ¿Con que frecuencia alcanzaron logros en el proceso de Transformación Digital?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

15. ¿Qué tan satisfecho estas con los logros alcanzados con el proceso de Transformación Digital?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

16. ¿Qué tan difícil, cree usted que serán los siguientes pasos en el proceso de Transformación Digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
b)	Difícil.	e)	Muy Fácil.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

Requisitos de Confiabilidad

✓ Por un tema de ética y responsabilidad académica para la tesis de investigación para obtener el título de grado para la tesis: “TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL PROCESO ADUANERO DE IMPORTACIÓN EN LAS AGENCIAS DE ADUANAS DE LIMA DURANTE LA PANDEMIA COVI 19. PERÚ 2020-2021.”
 Los datos recopilados serán de uso interno para la presente investigación de tesis.
 La información no será modificada y ni adulterado.
 Son de uso de confiabilidad y no serán expuestos, ni revelados.
 Los datos recopilados son de uso netamente académicos y profesionales.

ADMINISTRACION Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE

Elaborado: CESAR JOHAN URIBE CASTILLO.

Código: N00153613

Celular: 932 242 579

Correo: N00153613@upn.edu.pe

ENTREVISTADOS: Principales Agencias de Aduanas de Lima-Callao.

Presentación:

Buenos (as) (días/tardes/noches), mi nombre es CESAR JOHAN URIBE CASTILLO soy bachiller en Administración y Negocios Internacionales, y actualmente formo parte del Programa de Titulación en Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada del Norte 2022-01; a través del cual estoy realizando una investigación sobre los efectos de la “TRANSFORMACION DIGITAL EN EL PROCESO ADUANERO DE IMPORTACIÓN EN LAS AGENCIAS DE ADUANAS DE LIMA DURANTE LA PANDEMIA COVI 19. PERÚ 2020-2021.” para optar por el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales. Es importante mencionar que la información brindada en esta entrevista es de carácter confidencial y solo será utilizada para los propósitos del estudio. Agradezco de antemano su tiempo y colaboración

Entrevistado (a): MARCIAL FREDY SALINAS GAMARRA
Agencia de Aduanas: 3G ADUANAS S.A.C.
Cargo: REPRESENTANTE LEGAL
Correo Electronica: administracion@3gaduanas.com

1. ¿Qué es la Transformación Digital, para usted?

a)	Innovación.	d)	Motivación.
b)	Cultura.	x	Tecnología.
C)	Capacidad.	e)	Otros:

2. ¿Cree usted que tan importante el uso de estos canales virtuales en el proceso de despacho aduanero de importación, según su opinión?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	x	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

3. ¿Qué tan satisfecho estas con los beneficios que trajo consigo la implementación de canales virtuales dentro del proceso de importación?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
x	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

4. ¿Qué tan satisfecho estas con el uso de estos canales virtuales agilizo los procesos administrativos de la Agencia de Aduanas?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
x	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

5. ¿Creó usted importante la implementación de nuevos software o plataforma virtuales, debido a estos nuevos cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	x	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

6. ¿Con que frecuencia consideras que el desarrollo de la transformación digital ha generado mayor simplicidad en los procesos de importación con respecto a procesos anteriores?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
x	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

7. ¿Con que frecuencia se han presentan frecuentemente obstáculos y/o inconvenientes en este proceso de la transformación digital y/o canales virtuales?

a)	Nunca.	x	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

8. ¿Qué tan importante, cree usted que falta mayor capacitación por parte del personal en SUNAT?

a)	No es Importante.	x	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

9. ¿Qué tan importante, cree usted el uso de los programas FAST representa un gran avance para la organización?

a)	No es Importante.	x	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

10. ¿Qué tan importante, cree usted que falta mejorar el proceso de implementación en la transformación digital para beneficios de los comitentes y/o importadores?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	x	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

11. ¿Qué tan importante, cree usted que el sector Aduanero es uno de los que más tiene que adaptarse a este tipo de cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	x	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

12. ¿Ha generado alguna reducción de costos Administrativos aplicando transformación digital?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
x	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

13. ¿Qué tan difícil fue la implementación de aprendizajes en el proceso de Transformación Digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
x	Difícil.	e)	Muy Fácil.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

14. ¿Con que frecuencia alcanzaron logros en el proceso de Transformación Digital?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
x	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

15. ¿Qué tan satisfecho estas con los logros alcanzados con el proceso de Transformación Digital?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
x	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

16. ¿Qué tan difícil, cree usted que serán los siguientes pasos en el proceso de Transformación Digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
x	Difícil.	e)	Muy Fácil.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

Requisitos de Confiabilidad

Por un tema de ética y responsabilidad académica para la tesis de investigación para obtener el título de grado para la tesis: “TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL PROCESO ADUANERO DE IMPORTACIÓN EN LAS AGENCIAS DE ADUANAS DE LIMA DURANTE LA PANDEMIA COVI 19. PERÚ 2020-2021.”

Los datos recopilados serán de uso interno para la presente investigación de tesis.

La información no será modificada y ni adulterado.

Son de uso de confiabilidad y no serán expuestos, ni revelados.

Los datos recopilados son de uso netamente académicos y profesionales.

ADMINISTRACION Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE

Elaborado: CESAR JOHAN URIBE CASTILLO.

Código: N00153613

Celular: 932 242 579

Correo: N00153613@upn.edu.pe

ENTREVISTADOS: Principales Agencias de Aduanas de Lima-Callao.

Presentación:

Buenos (as) (días/tardes/noches), mi nombre es CESAR JOHAN URIBE CASTILLO soy bachiller en Administración y Negocios Internacionales, y actualmente formo parte del Programa de Titulación en Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada del Norte 2022-01; a través del cual estoy realizando una investigación sobre los efectos de la “TRANSFORMACION DIGITAL EN EL PROCESO ADUANERO DE IMPORTACIÓN EN LAS AGENCIAS DE ADUANAS DE LIMA DURANTE LA PANDEMIA COVI 19. PERÚ 2020-2021.” para optar por el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales. Es importante mencionar que la información brindada en esta entrevista es de carácter confidencial y solo será utilizada para los propósitos del estudio. Agradezco de antemano su tiempo y colaboración

Entrevistado (a): GUSTAVO GERMAN MORA VIDAL

Agencia de Aduanas: DATA ADUANERA S.A

Cargo: REPRESENTANTE LEGAL

Correo Electronica: moragustavo@dataaduanera.com.pe

1. ¿Qué es la Transformación Digital, para usted?

a)	Innovación.	d)	Motivación.
b)	Cultura.	d)	Tecnología.
C)	Capacidad.	e)	Otros:

2. ¿Cree usted que tan importante el uso de estos canales virtuales en el proceso de despacho aduanero de importación, según su opinión?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

3. ¿Qué tan satisfecho estas con los beneficios que trajo consigo la implementación de canales virtuales dentro del proceso de importación?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
c)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

4. ¿Qué tan satisfecho estas con el uso de estos canales virtuales agilizo los procesos administrativos de la Agencia de Aduanas?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

5. ¿Creó usted importante la implementación de nuevos software o plataforma virtuales, debido a estos nuevos cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
c)	Neutral.	f)	No Opina.

6. ¿Con que frecuencia consideras que el desarrollo de la transformación digital ha generado mayor simplicidad en los procesos de importación con respecto a procesos anteriores?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
c)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

7. ¿Con que frecuencia se han presentan frecuentemente obstáculos y/o inconvenientes en este proceso de la transformación digital y/o canales virtuales?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
c)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

8. ¿Qué tan importante, cree usted que falta mayor capacitación por parte del personal en SUNAT?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
c)	Neutral.	f)	No Opina.

9. ¿Qué tan importante, cree usted el uso de los programas FAST representa un gran avance para la organización?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
c)	Neutral.	f)	No Opina.

10. ¿Qué tan importante, cree usted que falta mejorar el proceso de implementación en la transformación digital para beneficios de los comitentes y/o importadores?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
c)	Neutral.	f)	No Opina.

11. ¿Qué tan importante, cree usted que el sector Aduanero es uno de los que más tiene que adaptarse a este tipo de cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
c)	Neutral.	f)	No Opina.

12. ¿Ha generado alguna reducción de costos Administrativos aplicando transformación digital?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

13. ¿Qué tan difícil fue la implementación de aprendizajes en el proceso de Transformación Digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
b)	Difícil.	e)	Muy Fácil.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

14. ¿Con que frecuencia alcanzaron logros en el proceso de Transformación Digital?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

15. ¿Qué tan satisfecho estas con los logros alcanzados con el proceso de Transformación Digital?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
c)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

16. ¿Qué tan difícil, cree usted que serán los siguientes pasos en el proceso de Transformación Digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
b)	Difícil.	e)	Muy Fácil.
c)	Neutral.	f)	No Opina.

Requisitos de Confiabilidad

Por un tema de ética y responsabilidad académica para la tesis de investigación para obtener el título de grado para la tesis: “TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL PROCESO ADUANERO DE IMPORTACIÓN EN LAS AGENCIAS DE ADUANAS DE LIMA DURANTE LA PANDEMIA COVI 19. PERÚ 2020-2021.”

Los datos recopilados serán de uso interno para la presente investigación de tesis.

La información no será modificada y ni adulterado.

Son de uso de confiabilidad y no serán expuestos, ni revelados.

Los datos recopilados son de uso netamente académicos y profesionales.

ADMINISTRACION Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE

Elaborado: CESAR JOHAN URIBE CASTILLO.

Código: N00153613

Celular: 932 242 579

Correo: N00153613@upn.edu.pe

ENTREVISTADOS: Principales Agencias de Aduanas de Lima-Callao.

Presentacion:

Buenos (as) (días/tardes/noches), mi nombre es CESAR JOHAN URIBE CASTILLO soy bachiller en Administracion y Negocios Internacionales, y actualmente formo parte del Programa de Titulación en Administracion y Negocios Internacionales de la Universidad Privada del Norte 2022-01; a través del cual estoy realizando una investigación sobre los efectos de la “TRANSFORMACION DIGITAL EN EL PROCESO ADUANERO DE IMPORTACIÓN EN LAS AGENCIAS DE ADUANAS DE LIMA DURANTE LA PANDEMIA COVI 19. PERÚ 2020-2021.” para optar por el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales. Es importante mencionar que la informacion brindada en esta entrevista es de caracter confidencial y solo sera utilizado utilizada para los propósitos del estudio. Agradezco de antemano su tiempo y colaboración

Entrevistado (a): GLORIA ELSA GONZALES YATACO
Agencia de Aduanas: ICA GROUP ADUANAS S.A.C.
Cargo: GERENTE GENERAL
Correo Electronica: ggonzales@icagroupsac.com

1. ¿Qué es la Transformación Digital, para usted?

a)	Innovación.	d)	Motivación.
b)	Cultura.	d)	Tecnología.
C)	Capacidad.	e)	Otros:

2. ¿Cree usted que tan importante el uso de estos canales virtuales en el proceso de despacho aduanero de importación, según su opinión?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

3. ¿Qué tan satisfecho estas con los beneficios que trajo consigo la implementación de canales virtuales dentro del proceso de importación?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
c)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

4. ¿Qué tan satisfecho estas con el uso de estos canales virtuales agilizo los procesos administrativos de la Agencia de Aduanas?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

5. ¿Creó usted importante la implementación de nuevos software o plataforma virtuales, debido a estos nuevos cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

6. ¿Con que frecuencia consideras que el desarrollo de la transformación digital ha generado mayor simplicidad en los procesos de importación con respecto a procesos anteriores?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

7. ¿Con que frecuencia se han presentan frecuentemente obstáculos y/o inconvenientes en este proceso de la transformación digital y/o canales virtuales?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
c)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

8. ¿Qué tan importante, cree usted que falta mayor capacitación por parte del personal en SUNAT?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

9. ¿Qué tan importante, cree usted el uso de los programas FAST representa un gran avance para la organización?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

10. ¿Qué tan importante, cree usted que falta mejorar el proceso de implementación en la transformación digital para beneficios de los comitentes y/o importadores?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

11. ¿Qué tan importante, cree usted que el sector Aduanero es uno de los que más tiene que adaptarse a este tipo de cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

12. ¿Ha generado alguna reducción de costos Administrativos aplicando transformación digital?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

13. ¿Qué tan difícil fue la implementación de aprendizajes en el proceso de Transformación Digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
b)	Difícil.	e)	Muy Fácil.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

14. ¿Con que frecuencia alcanzaron logros en el proceso de Transformación Digital?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

15. ¿Qué tan satisfecho estas con los logros alcanzados con el proceso de Transformación Digital?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
c)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

16. ¿Qué tan difícil, cree usted que serán los siguientes pasos en el proceso de Transformación Digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
b)	Difícil.	e)	Muy Fácil.
c)	Neutral.	f)	No Opina.

Requisitos de Confiabilidad

✓ Por un tema de ética y responsabilidad académica para la tesis de investigación para obtener el título de grado para la tesis: “TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL PROCESO ADUANERO DE IMPORTACIÓN EN LAS AGENCIAS DE ADUANAS DE LIMA DURANTE LA PANDEMIA COVI 19. PERÚ 2020-2021.”

Los datos recopilados serán de uso interno para la presente investigación de tesis.

La información no será modificada y ni adulterado.

Son de uso de confiabilidad y no serán expuestos, ni revelados.

Los datos recopilados son de uso netamente académicos y profesionales.

ADMINISTRACION Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE

Elaborado: CESAR JOHAN URIBE CASTILLO.

Código: N00153613

Celular: 932 242 579

Correo: N00153613@upn.edu.pe

ENTREVISTADOS: Principales Agencias de Aduanas de Lima-Callao.

Presentación:

Buenos (as) (días/tardes/noches), mi nombre es CESAR JOHAN URIBE CASTILLO soy bachiller en Administración y Negocios Internacionales, y actualmente formo parte del Programa de Titulación en Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada del Norte 2022-01; a través del cual estoy realizando una investigación sobre los efectos de la “TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL PROCESO ADUANERO DE IMPORTACIÓN EN LAS AGENCIAS DE ADUANAS DE LIMA DURANTE LA PANDEMIA COVI 19. PERÚ 2020-2021.” para optar por el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales. Es importante mencionar que la información brindada en esta entrevista es de carácter confidencial y solo será utilizada para los propósitos del estudio. Agradezco de antemano su tiempo y colaboración

Entrevistado (a): LUZ OLGA AGUIRRE CANDIOTTE
Agencia de Aduanas: SALCEA ADUANAS PERU S.A.C.
Cargo: GERENTE GENERAL
Correo Electronica: oaguirre@salceacargo.com.pe

1. ¿Qué es la Transformación Digital, para usted?

a)	Innovación.	d)	Motivación.
b)	Cultura.	d)	Tecnología.
C)	Capacidad.	e)	Otros:

2. ¿Cree usted que tan importante el uso de estos canales virtuales en el proceso de despacho aduanero de importación, según su opinión?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

3. ¿Qué tan satisfecho estas con los beneficios que trajo consigo la implementación de canales virtuales dentro del proceso de importación?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

4. ¿Qué tan satisfecho estas con el uso de estos canales virtuales agilizo los procesos administrativos de la Agencia de Aduanas?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

5. ¿Creó usted importante la implementación de nuevos software o plataforma virtuales, debido a estos nuevos cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

6. ¿Con que frecuencia consideras que el desarrollo de la transformación digital ha generado mayor simplicidad en los procesos de importación con respecto a procesos anteriores?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

7. ¿Con que frecuencia se han presentan frecuentemente obstáculos y/o inconvenientes en este proceso de la transformación digital y/o canales virtuales?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

8. ¿Qué tan importante, cree usted que falta mayor capacitación por parte del personal en SUNAT?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

9. ¿Qué tan importante, cree usted el uso de los programas FAST representa un gran avance para la organización?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

10. ¿Qué tan importante, cree usted que falta mejorar el proceso de implementación en la transformación digital para beneficios de los comitentes y/o importadores?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

11. ¿Qué tan importante, cree usted que el sector Aduanero es uno de los que más tiene que adaptarse a este tipo de cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

12. ¿Ha generado alguna reducción de costos Administrativos aplicando transformación digital?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

13. ¿Qué tan difícil fue la implementación de aprendizajes en el proceso de Transformación Digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
b)	Difícil.	e)	Muy Fácil.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

14. ¿Con que frecuencia alcanzaron logros en el proceso de Transformación Digital?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

15. ¿Qué tan satisfecho estas con los logros alcanzados con el proceso de Transformación Digital?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

16. ¿Qué tan difícil, cree usted que serán los siguientes pasos en el proceso de Transformación Digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
b)	Difícil.	e)	Muy Fácil.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

Requisitos de Confiabilidad

Por un tema de ética y responsabilidad académica para la tesis de investigación para obtener el título de grado para la tesis: “TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL PROCESO ADUANERO DE IMPORTACIÓN EN LAS AGENCIAS DE ADUANAS DE LIMA DURANTE LA PANDEMIA COVI 19. PERÚ 2020-2021.”

Los datos recopilados serán de uso interno para la presente investigación de tesis.

La información no será modificada y ni adulterado.

Son de uso de confiabilidad y no serán expuestos, ni revelados.

Los datos recopilados son de uso netamente académicos y profesionales.

ADMINISTRACION Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE

Elaborado: **CESAR JOHAN URIBE CASTILLO**.

Código: N00153613

Celular: 932 242 579

Correo: N00153613@upn.edu.pe

ENTREVISTADOS: Principales Agencias de Aduanas de Lima-Callao.

Presentación:

Buenos (as) (días/tardes/noches), mi nombre es CESAR JOHAN URIBE CASTILLO soy bachiller en Administración y Negocios Internacionales, y actualmente formo parte del Programa de Titulación en Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada del Norte 2022-01; a través del cual estoy realizando una investigación sobre los efectos de la “TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL PROCESO ADUANERO DE IMPORTACIÓN EN LAS AGENCIAS DE ADUANAS DE LIMA DURANTE LA PANDEMIA COVI 19. PERÚ 2020-2021.” para optar por el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales. Es importante mencionar que la información brindada en esta entrevista es de carácter confidencial y solo será utilizada para los propósitos del estudio. Agradezco de antemano su tiempo y colaboración

Entrevistado (a): JAVIER ALEJANDRO PEÑA VALLES
Agencia de Aduanas: ADL SERVICIOS LOGÍSTICOS S.A.C.
Cargo: GERENTE GENERAL
Correo Electronica: comercial@adl-aduanas.com

1. ¿Qué es la Transformación Digital, para usted?

a)	Innovación.	d)	Motivación.
b)	Cultura.	d)	Tecnología.
C)	Capacidad.	e)	Otros:

2. ¿Cree usted que tan importante el uso de estos canales virtuales en el proceso de despacho aduanero de importación, según su opinión?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

3. ¿Qué tan satisfecho estas con los beneficios que trajo consigo la implementación de canales virtuales dentro del proceso de importación?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

4. ¿Qué tan satisfecho estas con el uso de estos canales virtuales agilizo los procesos administrativos de la Agencia de Aduanas?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

5. ¿Creó usted importante la implementación de nuevos software o plataforma virtuales, debido a estos nuevos cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

6. ¿Con que frecuencia consideras que el desarrollo de la transformación digital ha generado mayor simplicidad en los procesos de importación con respecto a procesos anteriores?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

7. ¿Con que frecuencia se han presentan frecuentemente obstáculos y/o inconvenientes en este proceso de la transformación digital y/o canales virtuales?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

8. ¿Qué tan importante, cree usted que falta mayor capacitación por parte del personal en SUNAT?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

9. ¿Qué tan importante, cree usted el uso de los programas FAST representa un gran avance para la organización?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

10. ¿Qué tan importante, cree usted que falta mejorar el proceso de implementación en la transformación digital para beneficios de los comitentes y/o importadores?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

11. ¿Qué tan importante, cree usted que el sector Aduanero es uno de los que más tiene que adaptarse a este tipo de cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

12. ¿Ha generado alguna reducción de costos Administrativos aplicando transformación digital?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

13. ¿Qué tan difícil fue la implementación de aprendizajes en el proceso de Transformación Digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
b)	Difícil.	e)	Muy Fácil.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

14. ¿Con que frecuencia alcanzaron logros en el proceso de Transformación Digital?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

15. ¿Qué tan satisfecho estas con los logros alcanzados con el proceso de Transformación Digital?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

16. ¿Qué tan difícil, cree usted que serán los siguientes pasos en el proceso de Transformación Digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
b)	Difícil.	e)	Muy Fácil.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

Requisitos de Confiabilidad

✓ Por un tema de ética y responsabilidad académica para la tesis de investigación para obtener el título de grado para la tesis: "TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL PROCESO ADUANERO DE IMPORTACIÓN EN LAS AGENCIAS DE ADUANAS DE LIMA DURANTE LA PANDEMIA COVI 19. PERÚ 2020-2021."

Los datos recopilados serán de uso interno para la presente investigación de tesis.

La información no será modificada y ni adulterado.

Son de uso de confiabilidad y no serán expuestos, ni revelados.

Los datos recopilados son de uso netamente académicos y profesionales.

ADMINISTRACION Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE

Elaborado: **CESAR JOHAN URIBE CASTILLO.**

Código: N00153613

Celular: 932 242 579

Correo: N00153613@upn.edu.pe

ENTREVISTADOS: Principales Agencias de Aduanas de Lima-Callao.

Presentación:

Buenos (as) (días/tardes/noches), mi nombre es CESAR JOHAN URIBE CASTILLO soy bachiller en Administración y Negocios Internacionales, y actualmente formo parte del Programa de Titulación en Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada del Norte 2022-01; a través del cual estoy realizando una investigación sobre los efectos de la “TRANSFORMACION DIGITAL EN EL PROCESO ADUANERO DE IMPORTACIÓN EN LAS AGENCIAS DE ADUANAS DE LIMA DURANTE LA PANDEMIA COVI 19. PERÚ 2020-2021.” para optar por el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales. Es importante mencionar que la información brindada en esta entrevista es de carácter confidencial y solo será utilizada para los propósitos del estudio. Agradezco de antemano su tiempo y colaboración

Entrevistado (a): YULY PAOLA LUNA PUICON
Agencia de Aduanas: DPA ADUANAS S.A.C.
Cargo: GERENTE GENERAL
Correo Electronica: yluna@dpa.com.pe

1. ¿Qué es la Transformación Digital, para usted?

a)	Innovación.	d)	Motivación.
b)	Cultura.	d)	Tecnología.
C)	Capacidad.	e)	Otros:

2. ¿Cree usted que tan importante el uso de estos canales virtuales en el proceso de despacho aduanero de importación, según su opinión?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

3. ¿Qué tan satisfecho estas con los beneficios que trajo consigo la implementación de canales virtuales dentro del proceso de importación?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

4. ¿Qué tan satisfecho estas con el uso de estos canales virtuales agilizo los procesos administrativos de la Agencia de Aduanas?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

5. ¿Creó usted importante la implementación de nuevos software o plataforma virtuales, debido a estos nuevos cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

6. ¿Con que frecuencia consideras que el desarrollo de la transformación digital ha generado mayor simplicidad en los procesos de importación con respecto a procesos anteriores?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

7. ¿Con que frecuencia se han presentan frecuentemente obstáculos y/o inconvenientes en este proceso de la transformación digital y/o canales virtuales?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

8. ¿Qué tan importante, cree usted que falta mayor capacitación por parte del personal en SUNAT?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

9. ¿Qué tan importante, cree usted el uso de los programas FAST representa un gran avance para la organización?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

10. ¿Qué tan importante, cree usted que falta mejorar el proceso de implementación en la transformación digital para beneficios de los comitentes y/o importadores?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

11. ¿Qué tan importante, cree usted que el sector Aduanero es uno de los que más tiene que adaptarse a este tipo de cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

12. ¿Ha generado alguna reducción de costos Administrativos aplicando transformación digital?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

13. ¿Qué tan difícil fue la implementación de aprendizajes en el proceso de Transformación Digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
b)	Difícil.	e)	Muy Fácil.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

14. ¿Con que frecuencia alcanzaron logros en el proceso de Transformación Digital?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

15. ¿Qué tan satisfecho estas con los logros alcanzados con el proceso de Transformación Digital?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

16. ¿Qué tan difícil, cree usted que serán los siguientes pasos en el proceso de Transformación Digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
b)	Difícil.	e)	Muy Fácil.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

Requisitos de Confiabilidad

✓ Por un tema de ética y responsabilidad académica para la tesis de investigación para obtener el título de grado para la tesis: “TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL PROCESO ADUANERO DE IMPORTACIÓN EN LAS AGENCIAS DE ADUANAS DE LIMA DURANTE LA PANDEMIA COVI 19. PERÚ 2020-2021.”
 Los datos recopilados serán de uso interno para la presente investigación de tesis.
 La información no será modificada y ni adulterado.
 Son de uso de confiabilidad y no serán expuestos, ni revelados.
 Los datos recopilados son de uso netamente académicos y profesionales.

ADMINISTRACION Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE

Elaborado: **CESAR JOHAN URIBE CASTILLO.**

Código: N00153613

Celular: 932 242 579

Correo: N00153613@upn.edu.pe

ENTREVISTADOS: Principales Agencias de Aduanas de Lima-Callao.

Presentación:

Buenos (as) (días/tardes/noches), mi nombre es CESAR JOHAN URIBE CASTILLO soy bachiller en Administración y Negocios Internacionales, y actualmente formo parte del Programa de Titulación en Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada del Norte 2022-01; a través del cual estoy realizando una investigación sobre los efectos de la “TRANSFORMACION DIGITAL EN EL PROCESO ADUANERO DE IMPORTACIÓN EN LAS AGENCIAS DE ADUANAS DE LIMA DURANTE LA PANDEMIA COVI 19. PERÚ 2020-2021.” para optar por el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales. Es importante mencionar que la información brindada en esta entrevista es de carácter confidencial y solo será utilizado utilizada para los propósitos del estudio. Agradezco de antemano su tiempo y colaboración

Entrevistado (a): JOSE ALEJANDRO PISCOYA SECLÉN
Agencia de Aduanas: NPP AGENCIA DE ADUANAS S.A.C.
Cargo: GERENTE GENERAL
Correo Electronica: yluna@dpa.com.pe

1. ¿Qué es la Transformación Digital, para usted?

a)	Innovación.	d)	Motivación.
b)	Cultura.	d)	Tecnología.
C)	Capacidad.	e)	Otros:

2. ¿Cree usted que tan importante el uso de estos canales virtuales en el proceso de despacho aduanero de importación, según su opinión?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

3. ¿Qué tan satisfecho estas con los beneficios que trajo consigo la implementación de canales virtuales dentro del proceso de importación?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

4. ¿Qué tan satisfecho estas con el uso de estos canales virtuales agilizo los procesos administrativos de la Agencia de Aduanas?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

5. ¿Creó usted importante la implementación de nuevos software o plataforma virtuales, debido a estos nuevos cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

6. ¿Con que frecuencia consideras que el desarrollo de la transformación digital ha generado mayor simplicidad en los procesos de importación con respecto a procesos anteriores?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

7. ¿Con que frecuencia se han presentan frecuentemente obstáculos y/o inconvenientes en este proceso de la transformación digital y/o canales virtuales?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

8. ¿Qué tan importante, cree usted que falta mayor capacitación por parte del personal en SUNAT?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

9. ¿Qué tan importante, cree usted el uso de los programas FAST representa un gran avance para la organización?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

10. ¿Qué tan importante, cree usted que falta mejorar el proceso de implementación en la transformación digital para beneficios de los comitentes y/o importadores?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

11. ¿Qué tan importante, cree usted que el sector Aduanero es uno de los que más tiene que adaptarse a este tipo de cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

12. ¿Ha generado alguna reducción de costos Administrativos aplicando transformación digital?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

13. ¿Qué tan difícil fue la implementación de aprendizajes en el proceso de Transformación Digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
b)	Difícil.	e)	Muy Fácil.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

14. ¿Con que frecuencia alcanzaron logros en el proceso de Transformación Digital?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

15. ¿Qué tan satisfecho estas con los logros alcanzados con el proceso de Transformación Digital?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

16. ¿Qué tan difícil, cree usted que serán los siguientes pasos en el proceso de Transformación Digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
b)	Difícil.	e)	Muy Fácil.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

Requisitos de Confiabilidad

Por un tema de etica y responsabilidad academica para la tesis de investigación para obtener el titulo de grado para la tesis: "TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL PROCESO ADUANERO DE IMPORTACIÓN EN LAS AGENCIAS DE ADUANAS DE LIMA DURANTE LA PANDEMIA COVI 19. PERÚ 2020-2021."

Los datos recopilados seran de uso interno para la presente investigación de tesis.

La información no sera modificado y ni adulterado.

Son de uso de confiabilidad y no seran expuestos, ni revelados.

Los datos recopilados son de uso netamente academicos y profesionales.

ADMINISTRACION Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE.

Elaborado: **CESAR JOHAN URIBE CASTILLO.**

Codigo: N00153613

Celular: 932 242 579

Correo: N00153613@upn.edu.pe

ENTREVISTADOS: Principales Agencias de Aduanas de Lima-Callao.

Presentación:

Buenos (as) (días/tardes/noches), mi nombre es CESAR JOHAN URIBE CASTILLO soy bachiller en Administración y Negocios Internacionales, y actualmente formo parte del Programa de Titulación en Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada del Norte 2022-01; a través del cual estoy realizando una investigación sobre los efectos de la “TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL PROCESO ADUANERO DE IMPORTACIÓN EN LAS AGENCIAS DE ADUANAS DE LIMA DURANTE LA PANDEMIA COVI 19. PERÚ 2020-2021.” para optar por el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales. Es importante mencionar que la información brindada en esta entrevista es de carácter confidencial y solo será utilizada para los propósitos del estudio. Agradezco de antemano su tiempo y colaboración

Entrevistado (a): MAURO ARTURO RONDOÑO SUAREZ
 Agencia de Aduanas: A.R.S. ASESORES AGENTE DE ADUANA S.A.C.
 Cargo: GERENTE GENERAL
 Correo Electronica: gerencia@arscomercioexterior.com

1. ¿Qué es la Transformación Digital, para usted?

a)	Innovación.	d)	Motivación.
b)	Cultura.	d)	Tecnología.
C)	Capacidad.	e)	Otros:

2. ¿Cree usted que tan importante el uso de estos canales virtuales en el proceso de despacho aduanero de importación, según su opinión?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

3. ¿Qué tan satisfecho estas con los beneficios que trajo consigo la implementación de canales virtuales dentro del proceso de importación?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

4. ¿Qué tan satisfecho estas con el uso de estos canales virtuales agilizo los procesos administrativos de la Agencia de Aduanas?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

5. ¿Creó usted importante la implementación de nuevos software o plataforma virtuales, debido a estos nuevos cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

6. ¿Con que frecuencia consideras que el desarrollo de la transformación digital ha generado mayor simplicidad en los procesos de importación con respecto a procesos anteriores?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

7. ¿Con que frecuencia se han presentan frecuentemente obstáculos y/o inconvenientes en este proceso de la transformación digital y/o canales virtuales?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

8. ¿Qué tan importante, cree usted que falta mayor capacitación por parte del personal en SUNAT?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

9. ¿Qué tan importante, cree usted el uso de los programas FAST representa un gran avance para la organización?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

10. ¿Qué tan importante, cree usted que falta mejorar el proceso de implementación en la transformación digital para beneficios de los comitentes y/o importadores?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

11. ¿Qué tan importante, cree usted que el sector Aduanero es uno de los que más tiene que adaptarse a este tipo de cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

12. ¿Ha generado alguna reducción de costos Administrativos aplicando transformación digital?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
c)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

13. ¿Qué tan difícil fue la implementación de aprendizajes en el proceso de Transformación Digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
b)	Difícil.	e)	Muy Fácil.
c)	Neutral.	f)	No Opina.

14. ¿Con que frecuencia alcanzaron logros en el proceso de Transformación Digital?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
c)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

15. ¿Qué tan satisfecho estas con los logros alcanzados con el proceso de Transformación Digital?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
c)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

16. ¿Qué tan difícil, cree usted que serán los siguientes pasos en el proceso de Transformación Digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
b)	Difícil.	e)	Muy Fácil.
c)	Neutral.	f)	No Opina.

Requisitos de Confiabilidad

Por un tema de ética y responsabilidad académica para la tesis de investigación para obtener el título de grado para la tesis: “TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL PROCESO ADUANERO DE IMPORTACIÓN EN LAS AGENCIAS DE ADUANAS DE LIMA DURANTE LA PANDEMIA COVI 19. PERÚ 2020-2021.”

Los datos recopilados serán de uso interno para la presente investigación de tesis.

La información no será modificada y ni adulterado.

Son de uso de confiabilidad y no serán expuestos, ni revelados.

Los datos recopilados son de uso netamente académicos y profesionales.

ADMINISTRACION Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE.

Elaborado: CESAR JOHAN URIBE CASTILLO.

Código: N00153613

Celular: 932 242 579

Correo: N00153613@upn.edu.pe

ENTREVISTADOS: Principales Agencias de Aduanas de Lima-Callao.

Presentacion:

Buenos (as) (días/tardes/noches), mi nombre es CESAR JOHAN URIBE CASTILLO soy bachiller en Administracion y Negocios Internacionales, y actualmente formo parte del Programa de Titulación en Administracion y Negocios Internacionales de la Universidad Privada del Norte 2022-01; a través del cual estoy realizando una investigación sobre los efectos de la “TRANSFORMACION DIGITAL EN EL PROCESO ADUANERO DE IMPORTACIÓN EN LAS AGENCIAS DE ADUANAS DE LIMA DURANTE LA PANDEMIA COVI 19. PERÚ 2020-2021.” para optar por el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales. Es importante mencionar que la información brindada en esta entrevista es de carácter confidencial y solo será utilizada para los propósitos del estudio. Agradezco de antemano su tiempo y colaboración

Entrevistado (a): ALDO ARTURO MARIN TINTAYA
Agencia de Aduanas: OLZAA AGENCIA DE ADUANA S.A.
Cargo: REPRESENTANTE ADUANERO
Correo Electronica: arturo.marin@olzaa.com

1. ¿Qué es la Transformación Digital, para usted?

a)	Innovación.	d)	Motivación.
b)	Cultura.	x	Tecnología.
C)	Capacidad.	e)	Otros:

2. ¿Cree usted que tan importante el uso de estos canales virtuales en el proceso de despacho aduanero de importación, según su opinión?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	x	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

3. ¿Qué tan satisfecho estas con los beneficios que trajo consigo la implementación de canales virtuales dentro del proceso de importación?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
x	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

4. ¿Qué tan satisfecho estas con el uso de estos canales virtuales agilizo los procesos administrativos de la Agencia de Aduanas?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
x	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

5. ¿Creé usted importante la implementación de nuevos software o plataforma virtuales, debido a estos nuevos cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	x	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

6. ¿Con que frecuencia consideras que el desarrollo de la transformación digital ha generado mayor simplicidad en los procesos de importación con respecto a procesos anteriores?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	x	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

7. ¿Con que frecuencia se han presentan frecuentemente obstáculos y/o inconvenientes en este proceso de la transformación digital y/o canales virtuales?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
x	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

8. ¿Qué tan importante, cree usted que falta mayor capacitación por parte del personal en SUNAT?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	x	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

9. ¿Qué tan importante, cree usted el uso de los programas FAST representa un gran avance para la organización?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	x	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

10. ¿Qué tan importante, cree usted que falta mejorar el proceso de implementación en la transformación digital para beneficios de los comitentes y/o importadores?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	x	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

11. ¿Qué tan importante, cree usted que el sector Aduanero es uno de los que más tiene que adaptarse a este tipo de cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	x	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

12. ¿Ha generado alguna reducción de costos Administrativos aplicando transformación digital?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	x	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

13. ¿Qué tan difícil fue la implementación de aprendizajes en el proceso de Transformación Digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
b)	Difícil.	e)	Muy Fácil.
x	Neutral.	f)	No Opina.

14. ¿Con que frecuencia alcanzaron logros en el proceso de Transformación Digital?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	x	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

15. ¿Qué tan satisfecho estas con los logros alcanzados con el proceso de Transformación Digital?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
x	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

16. ¿Qué tan difícil, cree usted que serán los siguientes pasos en el proceso de Transformación Digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
b)	Difícil.	e)	Muy Fácil.
x	Neutral.	f)	No Opina.

Requisitos de Confiabilidad

Por un tema de etica y responsabilidad academica para la tesis de inestigacion para obtener el titulo de grado para la tesis: "TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL PROCESO ADUANERO DE IMPORTACIÓN EN LAS AGENCIAS DE ADUANAS DE LIMA DURANTE LA PANDEMIA COVI 19. PERÚ 2020-2021."

Los datos recopilados seran de uso interno para la presente investigacion de tesis.

La informacion no sera modificado y ni adulterado.

Son de uso de confiabilidad y no seran expuestos, ni revelados.

Los datos recopilados son de uso netamente academicos y profesionales.

ADMINISTRACION Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE

Elaborado: CESAR JOHAN URIBE CASTILLO.

Codigo: N00153613

Celular: 932 242 579

Correo: N00153613@upn.edu.pe

ENTREVISTADOS : Principales Agencias de Aduanas de Lima-Callao.

Presentación:

Buenos (as) (días/tardes/noches), mi nombre es CESAR JOHAN URIBE CASTILLO soy bachiller en Administración y Negocios Internacionales, y actualmente formo parte del Programa de Titulación en Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada del Norte 2022-01; a través del cual estoy realizando una investigación sobre los efectos de la “TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL PROCESO ADUANERO DE IMPORTACIÓN EN LAS AGENCIAS DE ADUANAS DE LIMA DURANTE LA PANDEMIA COVI 19. PERÚ 2020-2021.” para optar por el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales. Es importante mencionar que la información brindada en esta entrevista es de carácter confidencial y solo será utilizada para los propósitos del estudio. Agradezco de antemano su tiempo y colaboración

Entrevistado (a): JAVIER GUSTAVO LEON ARAMBULO
Agencia de Aduanas: LA ESMERALDA AGENCIA DE ADUANA S.R.L.
Cargo: Representante Legal
Correo Electronica: jla@speedy.com.pe

1. ¿Qué es la Transformación Digital, para usted?

a)	Innovación.	d)	Motivación.
b)	Cultura.	d)	Tecnología.
C)	Capacidad.	e)	Otros:

2. ¿Cree usted que tan importante el uso de estos canales virtuales en el proceso de despacho aduanero de importación, según su opinión?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

3. ¿Qué tan satisfecho estas con los beneficios que trajo consigo la implementación de canales virtuales dentro del proceso de importación?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

4. ¿Qué tan satisfecho estas con el uso de estos canales virtuales agilizo los procesos administrativos de la Agencia de Aduanas?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

5. ¿Creó usted importante la implementación de nuevos software o plataforma virtuales, debido a estos nuevos cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

6. ¿Con que frecuencia consideras que el desarrollo de la transformación digital ha generado mayor simplicidad en los procesos de importación con respecto a procesos anteriores?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

7. ¿Con que frecuencia se han presentan frecuentemente obstáculos y/o inconvenientes en este proceso de la transformación digital y/o canales virtuales?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

8. ¿Qué tan importante, cree usted que falta mayor capacitación por parte del personal en SUNAT?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

9. ¿Qué tan importante, cree usted el uso de los programas FAST representa un gran avance para la organización?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

10. ¿Qué tan importante, cree usted que falta mejorar el proceso de implementación en la transformación digital para beneficios de los comitentes y/o importadores?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

11. ¿Qué tan importante, cree usted que el sector Aduanero es uno de los que más tiene que adaptarse a este tipo de cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

12. ¿Ha generado alguna reducción de costos Administrativos aplicando transformación digital?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

13. ¿Qué tan difícil fue la implementación de aprendizajes en el proceso de Transformación Digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
b)	Difícil.	e)	Muy Fácil.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

14. ¿Con que frecuencia alcanzaron logros en el proceso de Transformación Digital?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

15. ¿Qué tan satisfecho estas con los logros alcanzados con el proceso de Transformación Digital?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

16. ¿Qué tan difícil, cree usted que serán los siguientes pasos en el proceso de Transformación Digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
b)	Difícil.	e)	Muy Fácil.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

Requisitos de Confiabilidad

Por un tema de ética y responsabilidad académica para la tesis de investigación para obtener el título de grado para la tesis: “TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL PROCESO ADUANERO DE IMPORTACIÓN EN LAS AGENCIAS DE ADUANAS DE LIMA DURANTE LA PANDEMIA COVI 19. PERÚ 2020-2021.”

Los datos recopilados serán de uso interno para la presente investigación de tesis.

La información no será modificada y ni adulterado.

Son de uso de confiabilidad y no serán expuestos, ni revelados.

Los datos recopilados son de uso netamente académicos y profesionales.

ADMINISTRACION Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE

Elaborado: CESAR JOHAN URIBE CASTILLO.

Código: N00153613

Celular: 932 242 579

Correo: N00153613@upn.edu.pe

ENTREVISTADOS: Principales Agencias de Aduanas de Lima-Callao.

Presentacion:

Buenos (as) (días/tardes/noches), mi nombre es CESAR JOHAN URIBE CASTILLO soy bachiller en Administracion y Negocios Internacionales, y actualmente formo parte del Programa de Titulación en Administracion y Negocios Internacionales de la Universidad Privada del Norte 2022-01; a través del cual estoy realizando una investigación sobre los efectos de la “TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL PROCESO ADUANERO DE IMPORTACIÓN EN LAS AGENCIAS DE ADUANAS DE LIMA DURANTE LA PANDEMIA COVI 19. PERÚ 2020-2021.” para optar por el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales. Es importante mencionar que la información brindada en esta entrevista es de carácter confidencial y solo será utilizada para los propósitos del estudio. Agradezco de antemano su tiempo y colaboración

Entrevistado (a): MANUEL GRIMALDO OREJUELA ALVAREZ
Agencia de Aduanas: CMC LOGISTIC S.S.A.C.
Cargo: Representante Legal
Correo Electronica: operaciones@agenciacmclogistics.com

1. ¿Qué es la Transformación Digital, para usted?

a)	Innovación.	d)	Motivación.
b)	Cultura.	d)	Tecnología.
C)	Capacidad.	e)	Otros:

2. ¿Cree usted que tan importante el uso de estos canales virtuales en el proceso de despacho aduanero de importación, según su opinión?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

3. ¿Qué tan satisfecho estas con los beneficios que trajo consigo la implementación de canales virtuales dentro del proceso de importación?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

4. ¿Qué tan satisfecho estas con el uso de estos canales virtuales agilizo los procesos administrativos de la Agencia de Aduanas?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

5. ¿Creé usted importante la implementación de nuevos software o plataforma virtuales, debido a estos nuevos cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

6. ¿Con que frecuencia consideras que el desarrollo de la transformación digital ha generado mayor simplicidad en los procesos de importación con respecto a procesos anteriores?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

7. ¿Con que frecuencia se han presentan frecuentemente obstáculos y/o inconvenientes en este proceso de la transformación digital y/o canales virtuales?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

8. ¿Qué tan importante, cree usted que falta mayor capacitación por parte del personal en SUNAT?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

9. ¿Qué tan importante, cree usted el uso de los programas FAST representa un gran avance para la organización?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

10. ¿Qué tan importante, cree usted que falta mejorar el proceso de implementación en la transformación digital para beneficios de los comitentes y/o importadores?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

11. ¿Qué tan importante, cree usted que el sector Aduanero es uno de los que más tiene que adaptarse a este tipo de cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

12. ¿Ha generado alguna reducción de costos Administrativos aplicando transformación digital?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

13. ¿Qué tan difícil fue la implementación de aprendizajes en el proceso de Transformación Digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
b)	Difícil.	e)	Muy Fácil.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

14. ¿Con que frecuencia alcanzaron logros en el proceso de Transformación Digital?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

15. ¿Qué tan satisfecho estas con los logros alcanzados con el proceso de Transformación Digital?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

16. ¿Qué tan difícil, cree usted que serán los siguientes pasos en el proceso de Transformación Digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
b)	Difícil.	e)	Muy Fácil.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

Requisitos de Confiabilidad

Por un tema de ética y responsabilidad académica para la tesis de investigación para obtener el título de grado para la tesis: “TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL PROCESO ADUANERO DE IMPORTACIÓN EN LAS AGENCIAS DE ADUANAS DE LIMA DURANTE LA PANDEMIA COVI 19. PERÚ 2020-2021.”

Los datos recopilados serán de uso interno para la presente investigación de tesis.

La información no será modificada y ni adulterado.

Son de uso de confiabilidad y no serán expuestos, ni revelados.

Los datos recopilados son de uso netamente académicos y profesionales.

ADMINISTRACION Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE

Elaborado: CESAR JOHAN URIBE CASTILLO.

Código: N00153613

Celular: 932 242 579

Correo: N00153613@upn.edu.pe

Análisis a cada pregunta de la investigación.

Cuestionario a Profundidad:

(10.1) ¿Qué es la transformación digital, para usted?

a)	Innovación.	d)	Motivación.
b)	Cultura.	d)	Tecnología.
C)	Capacidad.	e)	Otros:

Del grafico se observado que la mayoría de los representantes aduaneros asumen que la transformación digital ha sido: la innovación, representando estos un 57.14% de los representantes aduaneros (12 encuestados), seguida de la tecnología con un 42.86% de los representantes aduaneros (9 encuestados).

(10.2) ¿Cree usted que tan importante el uso de estos canales virtuales en el proceso de despacho aduanero de importación, según su opinión?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

Del grafico se observado que la mayoría de los representantes aduaneros creen que tan importante el uso de estos canales virtuales en el proceso de despacho aduanero de importación: creen que es muy importante, representando estos un 85.71% de los representantes aduaneros (18 encuestados), seguida por importante con un 14.29% de los representantes aduaneros (3 encuestados).

(10.3) ¿Qué tan satisfecho estas con los beneficios que trajo consigo la implementación de canales virtuales, dentro del proceso de importación?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

Del grafico se observado que la mayoría de los representantes aduaneros que tan satisfechos están con los beneficios que trajo consigo la implementación de canales virtuales dentro del proceso de importación: que están moderadamente satisfechos, representando estos un 57.14% de los representantes aduaneros (12 encuestados), seguida por pocos satisfechos con un 42.86% de los representantes aduaneros (9 encuestados).

(10.4) ¿Qué tan satisfecho estas con el uso de estos canales virtuales, agilizo los procesos administrativos de la Agencia de Aduanas?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

Del grafico se observado que la mayoría de los representantes aduaneros que tan satisfechos están con el uso de estos canales virtuales, agilizo los procesos administrativos de la Agencia de Aduanas: que están muy satisfechos, representando estos un 71.43% de los representantes aduaneros (15 encuestados), seguida por

moderadamente satisfechos con un 28.57% de los representantes aduaneros (6 encuestados).

(10.5) ¿Creé usted, importante la implementación de nuevos software o plataformas virtuales, debido a estos nuevos cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

Del grafico se observado que la mayoría de los presentantes aduaneros creen importante la implementación de nuevos software o plataformas virtuales, debido a estos nuevos cambios: creen que es muy importante, representando estos un 100.00% de los representantes aduaneros (21 encuestados).

(10.6) ¿Con que frecuencia consideras que el desarrollo de la transformación digital ha generado mayor simplicidad, en los procesos de importación con respecto a procesos anteriores?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

Del grafico se observado que la mayoría de los representantes aduaneros consideran que el desarrollo de la transformación digital ha generado mayor simplicidad, en los procesos de importación con respecto a procesos anteriores: con frecuencia todos los días, representando estos un 71.43% de los representantes aduaneros (15 encuestados), seguida ocasionalmente con un 14.29% de los representantes aduaneros (3 encuestados), al igual que casi todos los días estos con un 14.29% de los representantes aduaneros (13 encuestados).

(10.7) ¿Con que frecuencia se han presentan frecuentemente obstáculos y/o

inconvenientes en este proceso de la transformación digital y/o canales virtuales?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

Del grafico se observado que la mayoría de los representantes aduaneros han presentan frecuentemente obstáculos y/o inconvenientes en este proceso de la transformación digital y/o canales virtuales: con frecuencia ocasionalmente, representando estos un 71.43% de los representantes aduaneros (15 encuestados), seguida casi nunca con un 14.29% de los representantes aduaneros (3 encuestados), al igual que casi todos los días estos con un 14.29% de los representantes aduaneros (13 encuestados).

(10.8) ¿Qué tan importante, cree usted que falta mayor capacitación por parte del personal en SUNAT?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

Del grafico se observado que la mayoría de los representantes aduaneros creen que tan importante es la falta de mayor capacitación por parte del personal en SUNAT: que es muy importante, representando estos un 71.43% de los representantes aduaneros (15 encuestados), seguida por importante con un 28.57% de los representantes aduaneros (6 encuestados).

(10.9) ¿Qué tan importante, cree usted el uso de los programas FAST representa un gran avance para la organización?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

Del grafico se observado que la mayoría de los representantes aduaneros creen importante el uso de los programas FAST y representa un gran avance para la organización: que es muy importante representando estos un 71.43% de los representantes aduaneros (15 encuestados), seguida por importante con un 28.57% de los representantes aduaneros (6 encuestados).

(10.10) ¿Qué tan importante, cree usted que falta mejorar el proceso de implementación en la transformación digital para beneficios de los comitentes y/o importadores?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

Del gráfico se observó que la mayoría de los representantes aduaneros creen tan importante es la falta de mejora en el proceso de implementación en la transformación digital para beneficios de los comitentes y/o importadores: que es muy importante representando estos un 85.71% de los representantes aduaneros (18 encuestados), seguida por importante con un 14.29% de los representantes aduaneros (3 encuestados).

(10.11) ¿Qué tan importante, cree usted que el sector Aduanero es uno de los que más tiene que adaptarse a este tipo de cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

Del gráfico se observó que la mayoría de los representantes aduaneros creen tan importante es para el sector Aduanero, es uno de los que más tiene que adaptarse a

este tipo de cambios: creen que es muy importante representando estos un 100.00% de los representantes aduaneros (21 encuestados).

(10.12) ¿Ha generado alguna reducción de costos Administrativos aplicando transformación digital?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

Del grafico se observado que la mayoría de los representantes aduaneros han generado alguna reducción de costos Administrativos aplicando transformación digital: con frecuencia casi todos los días representando estos un 42.86% de los representantes aduaneros (9 encuestados), seguida ocasionalmente con un 28.57% de los representantes aduaneros (6 encuestados), al igual que todos los días estos con un 14.29% de los representantes aduaneros (6 encuestados).

(10.13) ¿Qué tan difícil fue la implementación de aprendizajes en el proceso de transformación digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
b)	Difícil.	e)	Muy Fácil.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

Del grafico se observado que la mayoría de los representantes aduaneros que tan difícil fue su implementación de aprendizajes en el proceso de Transformación Digital: con facilidad representando estos un 57.14% de los representantes aduaneros (12 encuestados), seguida de neutralidad con un 28.57% de los representantes aduaneros (6 encuestados), por último, con dificultad estos con un 14.29% de los representantes aduaneros (3 encuestados).

(10.14) ¿Con que frecuencia alcanzaron logros en el proceso de transformación digital?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
c)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

Del grafico se observado que la mayoría de los representantes aduaneros alcanzaron logros en el proceso de Transformación Digital: con frecuencia casi todos los días representando estos un 42.86% de los representantes aduaneros (9 encuestados), al igual que todos los días estos con un 42.86% de los representantes aduaneros (9 encuestados). seguida ocasionalmente con un 14.29% de los representantes aduaneros (3 encuestados).

(10.15) ¿Qué tan satisfecho estas con los logros alcanzados con el proceso de transformación digital?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
----	----------------------------	----	------------------

b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

Del grafico se observado que la mayoría de los representantes aduaneros que tan satisfecho están con los logros alcanzados con el proceso de Transformación Digital: que están moderadamente satisfechos representando estos un 57.14% de los representantes aduaneros (12 encuestados), seguida por muy satisfecho con un 42.86% de los representantes aduaneros (9 encuestados).

(10.16) ¿Qué tan difícil, cree usted que serán los siguientes pasos en el proceso de transformación digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
b)	Difícil.	e)	Muy Fácil.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

Del grafico se observado que la mayoría de los representantes aduaneros creen que tan difícil serán los siguientes pasos en el proceso de Transformación Digital: con dificultad representando estos un 28.57% de los representantes aduaneros (6 encuestados), al igual de neutralidad con un 28.57% de los representantes aduaneros (6 encuestados), de la misma manera de facilidad con un 28.57% de los representantes aduaneros (6 encuestados) y por último muy difícil estos con un 14.29% de los representantes aduaneros (3 encuestados).

Anexo 11:

Escalamiento tipo Likert.

Al finalizar la evaluación del cuestionario, traslade todas las valoraciones en la siguiente tabla resumen, contabilizando para cada uno de los ítems del instrumento de acuerdo con las alternativas de respuesta. En base al instrumento el escalamiento tipo Likert.

Tabla 4

Escalamiento tipo Likert.

TABLA DE RESUMEN DE VALIDACION													
PREGUNTA	ALTERNATIVAS									TOTAL			
1	a)	Innovación.	b)	Cultura.	c)	Capacidad.	d)	Motivación.	e)	Tecnología.	f)	Otros:	
# de encuestados		9		0		0		0		12		0	21
# de encuestados en %		42.86%		0.00%		0.00%		0.00%		57.14%		0.00%	100.00%

TABLA DE RESUMEN DE VALIDACION													
PREGUNTA	ALTERNATIVAS									TOTAL			
2	a)	No es Importante.	b)	Poco Importante.	c)	Neutral.	d)	Importante.	e)	Muy Importante.	f)	No Opina.	
# de encuestados		0		0		0		3		18		0	21
# de encuestados en %		0.00%		0.00%		0.00%		14.29%		85.71%		0.00%	100.00%

TABLA DE RESUMEN DE VALIDACION													
PREGUNTA	ALTERNATIVAS										TOTAL		
3	a)	Extremadamente Satisfecho.	b)	Muy Satisfecho.	c)	Moderadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.	e)	No Satisfecho.	f)	Otros:	
# de encuestados		0		0		12		9		0		0	21
# de encuestados en %		0.00%		0.000%		57.14%		42.86%		0.00%		0.00%	100.00%

TABLA DE RESUMEN DE VALIDACION													
PREGUNTA	ALTERNATIVAS										TOTAL		
4	a)	Extremadamente Satisfecho.	b)	Muy Satisfecho.	c)	Moderadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.	e)	No Satisfecho.	f)	Otros:	
# de encuestados		0		15		6		0		0		0	21
# de encuestados en %		0.00%		71.43%		28.57%		0.00%		0.00%		0.00%	100.00%

TABLA DE RESUMEN DE VALIDACION													
PREGUNTA	ALTERNATIVAS										TOTAL		
5	a)	No es Importante.	b)	Poco Importante.	c)	Neutral.	d)	Importante.	e)	Muy Importante.	f)	Otros:	
# de encuestados		0		0		0		0		21		0	21
# de encuestados en %		0.00%		0.000%		0.00%		0.00%		100.00%		0.00%	100.00%

TABLA DE RESUMEN DE VALIDACION													
PREGUNTA	ALTERNATIVAS										TOTAL		
6	a)	Nunca.	b)	Casi Nunca.	c)	Ocasionalmente.	d)	Casi todos los días.	e)	Todos los días.	f)	Otros:	
# de encuestados		0		0		3		3		15		0	21
# de encuestados en %		0.00%		0.000%		14.29%		14.29%		71.43%		0.00%	100.00%

TABLA DE RESUMEN DE VALIDACION													
PREGUNTA	ALTERNATIVAS											TOTAL	
7	a)	Nunca.	b)	Casi Nunca.	c)	Ocasionalmente.	d)	Casi todos los días.	e)	Todos los días.	f)	Otros:	
# de encuestados		0		3		15		3		0		0	21
# de encuestados en %		0.00%		14%		71.43%		14.29%		0.00%		0.00%	100.00%

TABLA DE RESUMEN DE VALIDACION													
PREGUNTA	ALTERNATIVAS											TOTAL	
8	a)	No es Importante.	b)	Poco Importante.	c)	Neutral.	d)	Importante.	e)	Muy Importante.	f)	Otros:	
# de encuestados		0		0		0		6		15		0	21
# de encuestados en %		0.00%		0.00%		0.00%		28.57%		71.43%		0.00%	100.00%

TABLA DE RESUMEN DE VALIDACION													
PREGUNTA	ALTERNATIVAS											TOTAL	
9	a)	No es Importante.	b)	Poco Importante.	c)	Neutral.	d)	Importante.	e)	Muy Importante.	f)	Otros:	
# de encuestados		0		0		0		6		15		0	21
# de encuestados en %		0.00%		0.00%		0.00%		28.57%		71.43%		0.00%	100.00%

TABLA DE RESUMEN DE VALIDACION													
PREGUNTA	ALTERNATIVAS											TOTAL	
10	a)	No es Importante.	b)	Poco Importante.	c)	Neutral.	d)	Importante.	e)	Muy Importante.	f)	Otros:	
# de encuestados		0		0		0		3		18		0	21
# de encuestados en %		0.00%		0.00%		0.00%		14.29%		85.71%		0.00%	100.00%

TABLA DE RESUMEN DE VALIDACION											
--------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

PREGUNTA	ALTERNATIVAS										TOTAL	
	a)	No es Importante.	b)	Poco Importante.	c)	Neutral.	d)	Importante.	e)	Muy Importante.		f)
11												
# de encuestados		0		0		0		21		0		0
# de encuestados en %		0.00%		0.00%		0.00%		100.00%		0.00%		0.00%

TABLA DE RESUMEN DE VALIDACION

PREGUNTA	ALTERNATIVAS										TOTAL	
	a)	Nunca.	b)	Casi Nunca.	c)	Ocasionalmente.	d)	Casi todos los días.	e)	Todos los días.		f)
12												
# de encuestados		0		0		6		9		6		0
# de encuestados en %		0.00%		0.00%		28.57%		42.86%		28.57%		0.00%

TABLA DE RESUMEN DE VALIDACION

PREGUNTA	ALTERNATIVAS										TOTAL	
	a)	Muy difícil.	b)	Difícil.	c)	Neutral.	d)	Fácil.	e)	Muy Fácil.		f)
13												
# de encuestados		0		3		6		12		0		0
# de encuestados en %		0.00%		14%		28.57%		57.14%		0.00%		0.00%

TABLA DE RESUMEN DE VALIDACIÓN

PREGUNTA	ALTERNATIVAS										TOTAL	
	a)	Nunca.	b)	Casi Nunca.	c)	Ocasionalmente.	d)	Casi todos los días.	e)	Todos los días.		f)
14												
# de encuestados		0		0		3		9		9		0
# de encuestados en %		0.00%		0.00%		14.29%		42.86%		42.86%		0.00%

TABLA DE RESUMEN DE VALIDACION

PREGUNTA	ALTERNATIVAS							TOTAL					
	a)	Extremadamente Satisfecho.	b)	Muy Satisfecho.	c)	Moderadamente Satisfecho.	d)		Poco Satisfecho.	e)	No Satisfecho.	f)	Otros:
15													
# de encuestados		0		9		12		0		0		0	21
# de encuestados en %		0.00%		42.86%		57.14%		0.00%		0.00%		0.00%	100.00%

TABLA DE RESUMEN DE VALIDACION													
PREGUNTA	ALTERNATIVAS							TOTAL					
	a)	Muy difícil.	b)	Difícil.	c)	Neutral.	d)		Fácil.	e)	Muy Fácil.	f)	Otros:
16													
# de encuestados		3		6		6		6		0		0	21
# de encuestados en %		14.29%		29%		28.57%		28.57%		0.00%		0.00%	100.00%

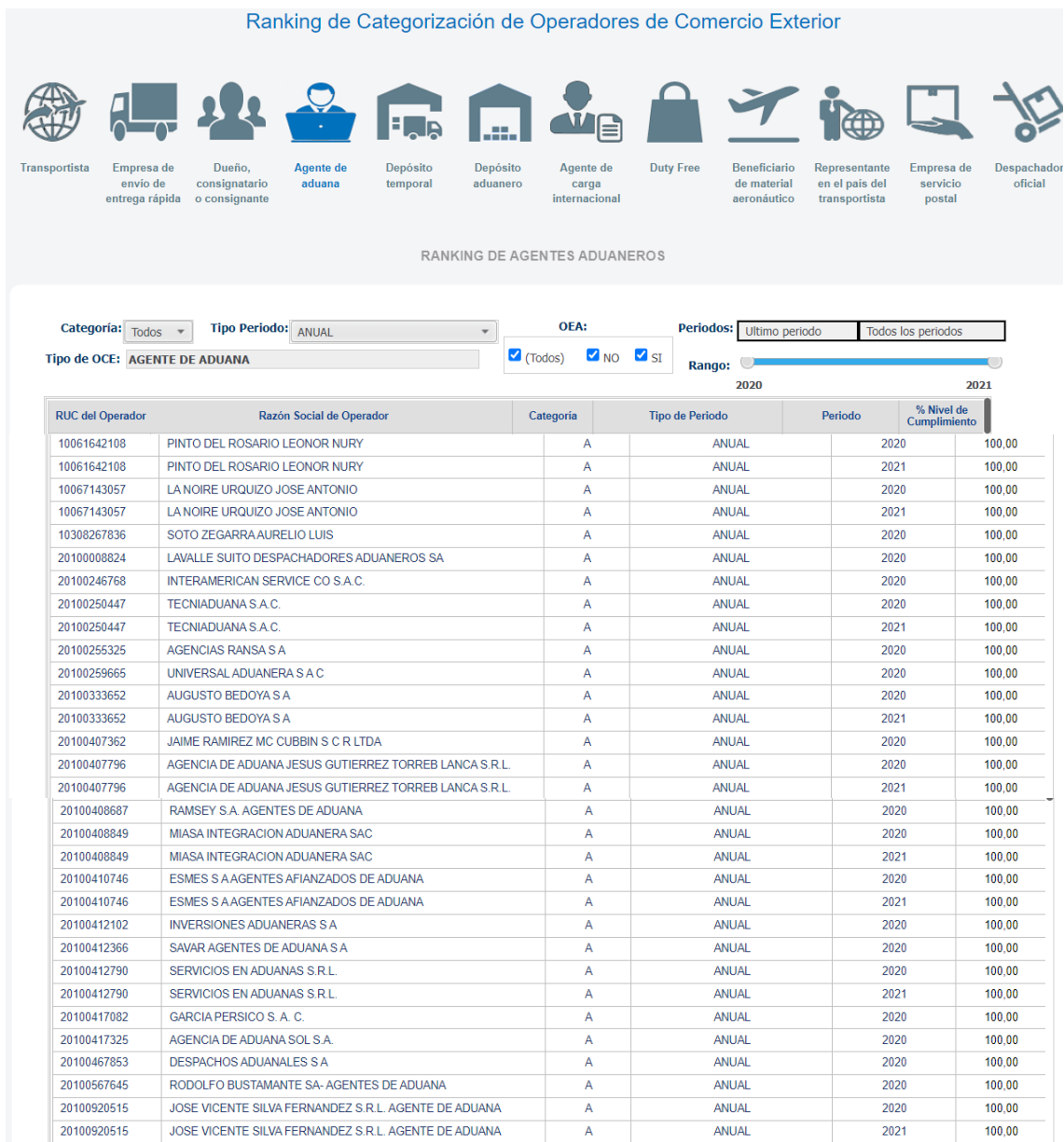
Nota: Elaboración propia.

Anexo 12:

Relación de Agentes de Aduanas de Lima- Callao, 2020-2021.

Gráfico 1.

Ranking de Categorización de Operadores de Comercio Exterior- Agentes de Aduanas.



20100950180	AERODUANA S.A.C. AGENTES AFIANZADOS DE ADUANA	A	ANUAL	2020	100,00
20101081282	MUNDO ADUANERO S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20101128939	AGENTES PROFESIONALES DE ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20101132618	LITORAL PACIFICO S. A. AGENCIA DE ADUANA	A	ANUAL	2020	100,00
20101134319	FERNANDO GUTIERREZ THOMPSON E HIJOS AGENTES DE ADUANAS S.R.L.	A	ANUAL	2020	100,00
20101134319	FERNANDO GUTIERREZ THOMPSON E HIJOS AGENTES DE ADUANAS S.R.L.	A	ANUAL	2021	100,00
20101262074	ISLAY AGENCIA AFIANZADA DE ADUANA S.A.	A	ANUAL	2020	100,00
20101368221	JOSE V. MOLFINO S.A. AGENTES DE ADUANA	A	ANUAL	2020	100,00
20101369464	ADUANDINA AGENCIA DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20101375359	JORGE RIVVA LOPEZ SA	A	ANUAL	2020	100,00
20101383378	ALICIA GUZMAN DE CASTILLO SA	A	ANUAL	2020	100,00
20101390749	AGENCIA PORTUARIA SA	A	ANUAL	2020	100,00
20101391711	SEDASA AGENTES DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20101396861	CARLOS BELLO S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20101409199	AGENCIA DE ADUANA TRANSOCEANIC S.A.	A	ANUAL	2020	100,00
20101412491	C.D.D.C. TECNICOS ADUANEROS S.A.C.	A	ANUAL	2021	100,00
20101419747	PEDRO DONGO SORIA S.A. AGENTES DE ADUANA	A	ANUAL	2020	100,00
20101419747	PEDRO DONGO SORIA S.A. AGENTES DE ADUANA	A	ANUAL	2021	100,00
20101425127	ADUATEC S.R. L. AGENTES DE ADUANA	A	ANUAL	2020	100,00
20101425127	ADUATEC S.R. L. AGENTES DE ADUANA	A	ANUAL	2021	100,00
20101433227	ALFA AGENCIA DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20102027010	AUSA ADUANAS S.A.	A	ANUAL	2020	100,00
20102053444	GUILLERMO MAS SA AGENTE AFIANZ ADUANA	A	ANUAL	2020	100,00
20103818436	AGENCIA VENEGAS S.A.	A	ANUAL	2020	100,00
20107107313	CASOR ADUANEROS SAC	A	ANUAL	2020	100,00
20109827071	LUMEN S.A.C. AGENCIA DE ADUANA	A	ANUAL	2020	100,00
20115866355	TECNOSUR S.A.	A	ANUAL	2020	100,00
20116913314	AGENCIA DE ADUANA INTERAMERICANA S.A.	A	ANUAL	2020	100,00
20122344143	POST MAR SA	A	ANUAL	2020	100,00
20122583211	NAVASA AGENTES DE ADUANA S.A.	A	ANUAL	2020	100,00
20122583211	NAVASA AGENTES DE ADUANA S.A.	A	ANUAL	2020	100,00
20124227683	SERVICIOS INTERNACIONALES ZETA S.A.	A	ANUAL	2020	100,00
20127705969	BEAGLE AGENTES DE ADUANA S.A.	A	ANUAL	2020	100,00
20133863584	JULIO ABAD S.A. AGENTES DE ADUANA	A	ANUAL	2020	100,00
20135025101	HUGO GADEA MILLAR S.A. AG ADUANAS	A	ANUAL	2020	100,00
20135627845	HECTOR GONZALES SANDI AGENCIA AFIANZADA DE ADUANA S.A.	A	ANUAL	2020	100,00
20136530381	AGENCIA DE ADUANA PONCE SAC	A	ANUAL	2020	100,00
20136530381	AGENCIA DE ADUANA PONCE SAC	A	ANUAL	2021	100,00
20136663268	OLIMPEX AGENCIA DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20172023089	ADUAMERICA S.A.	A	ANUAL	2020	100,00
20172023089	ADUAMERICA S.A.	A	ANUAL	2021	100,00
20177204901	ALFONSO SEBASTIANI S.A.C. AGENCIA DE ADUA	A	ANUAL	2020	100,00
20197519704	ENRIQUE AMPUERO SA AGENTES AFIAN DE ADUN	A	ANUAL	2020	100,00
20197519704	ENRIQUE AMPUERO SA AGENTES AFIAN DE ADUN	A	ANUAL	2021	100,00
20209791359	UCL ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20213635531	DOGANA SA AGENTES AFIANZADOS DE ADUANAS	A	ANUAL	2020	100,00
20229302222	DESPACHOS ADUANEROS ARUNTA SA	A	ANUAL	2020	100,00
20230911607	MIGUEL VASQUEZ RUIZ S.A.C. AGE DE ADUANA	A	ANUAL	2020	100,00
20251967751	AGENTES DE ADUANA SAN NICOLAS S.A.	A	ANUAL	2020	100,00
20251967751	AGENTES DE ADUANA SAN NICOLAS S.A.	A	ANUAL	2021	100,00
20252062077	TRANSITARIO INTERNACIONAL MULTIMODAL SAC	A	ANUAL	2020	100,00
20254310655	EL PACIFICO AGENCIA DE ADUANAS S.A.	A	ANUAL	2020	100,00
20254310655	EL PACIFICO AGENCIA DE ADUANAS S.A.	A	ANUAL	2021	100,00
20256528607	AGENCIA DE ADUANA SANTA ISABEL S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20256528607	AGENCIA DE ADUANA SANTA ISABEL S.A.C.	A	ANUAL	2021	100,00
20257094465	AGENCIA DE ADUANA MACROMAR SA	A	ANUAL	2020	100,00
20264522952	W. MERCHOR S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20265739807	SALINAS & CASARETTO AGNTS ASOC ADUANA SA	A	ANUAL	2020	100,00

20268219677	TECNOLOGIA EN SERV AGENTES DE ADUANA SA	A	ANUAL	2020	100,00
20268219677	TECNOLOGIA EN SERV AGENTES DE ADUANA SA	A	ANUAL	2021	100,00
20269413931	ADUANERA CAPRICORNIO S.A AG DE ADUANA	A	ANUAL	2020	100,00
20280668706	GESTIONES ADUANERAS TACNA SAC	A	ANUAL	2020	100,00
20280668706	GESTIONES ADUANERAS TACNA SAC	A	ANUAL	2021	100,00
20292566086	AGENCIA AFIANZADA DE ADUANA J. K.M. S.A. C.	A	ANUAL	2020	100,00
20297919025	AGENCIA DE ADUANA ANTANA S.A	A	ANUAL	2020	100,00
20297919025	AGENCIA DE ADUANA ANTANA S.A	A	ANUAL	2021	100,00
20301892480	SERVICIOS AERO MARITIMOS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20302630225	TRABAJOS ADUANEROS S.A	A	ANUAL	2020	100,00
20304221471	AGENCIA DE ADUANA VICMAR S.A.	A	ANUAL	2020	100,00
20331121496	NORCAM S.A	A	ANUAL	2020	100,00
20331121496	NORCAM S.A	A	ANUAL	2021	100,00
20340278209	ORBIS AGENTES DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20340278209	ORBIS AGENTES DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2021	100,00
20345233041	PIRAMIDE AGENCIA DE ADUANAS S.A	A	ANUAL	2020	100,00
20347845150	KUEHNE + NAGEL S.A	A	ANUAL	2020	100,00
20385817836	DHL EXPRESS ADUANAS PERU S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20387138090	AGENCIA DE ADUANA LAMA S.A	A	ANUAL	2020	100,00
20389395481	DHL GLOBAL FORWARDING ADUANAS PERU S.A	A	ANUAL	2020	100,00
20390455080	TRANSEL AGENCIA DE ADUANA S.A	A	ANUAL	2020	100,00
20392765001	AGENCIA DE ADUANA COMEX S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20392990624	SLI ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20393046946	TRANSGROUP ADUANERO S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20409480587	ATCA OPERADORES ADUANEROS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20418598817	ASESORIA Y GESTION EN ADUANAS SOCIEDAD ANONIMA	A	ANUAL	2020	100,00
20419559459	AGENCIA DE ADUANA RRR DEL PACIFICO SAC	A	ANUAL	2020	100,00
20419559459	AGENCIA DE ADUANA RRR DEL PACIFICO SAC	A	ANUAL	2021	100,00
20420103591	MILLENNIUM AGENTES DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2021	100,00
20421365068	CORPORACION INTERANDINA S.A. DESPADUAN.	A	ANUAL	2020	100,00
20426107041	PALACIOS & ASOCIADOS AGENTES DE ADUANA S.A	A	ANUAL	2020	100,00
20447726476	OPERADORES LOGISTICOS MERCURIO SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	A	ANUAL	2020	100,00
20447726476	OPERADORES LOGISTICOS MERCURIO SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	A	ANUAL	2021	100,00
20449488777	DDP ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20451497228	ASESORES INTEGRALES V & V AGENCIA DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20451573269	ADUANA Y LOGISTICA INTERNACIONAL S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20453110584	MALHER OPERADOR LOGISTICO S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20454498586	URANO GROUP S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20455073279	ESPLENDOR SOCIEDAD ANONIMA CERRADA AGENCIA DE ADUANAS - ESSAC AGENCIA DE ADUANAS	A	ANUAL	2020	100,00
20455206686	LONGHI & ALMIRON S.A.C. AGENTES DE ADUANAS	A	ANUAL	2020	100,00
20458460591	HANDELZOLL S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20463958590	SCHARFF LOGISTICA INTEGRADA S.A	A	ANUAL	2020	100,00
20474865488	CORPORACION LOGISTICA LAS AMERICAS S.A	A	ANUAL	2020	100,00
20478075651	MEGA CUSTOMS LOGISTIC S.A.C. AGENCIA DE ADUANA	A	ANUAL	2020	100,00
20478175524	CLI GESTIONES ADUANERAS S.A	A	ANUAL	2020	100,00
20480864469	DESPACHOS ADUANEROS CHAVIMOCHIC SAC	A	ANUAL	2020	100,00
20492369137	KBS LOGISTIC S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20492537889	PARTNER LOGISTIC MGL S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20492537889	PARTNER LOGISTIC MGL S.A.C.	A	ANUAL	2021	100,00
20492633683	LOGISTICA INTERNACIONAL ADUANERA S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20492810216	INTEROCEANICA AGENCIA DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20492822907	CAP LOGISTIC ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20493072171	TECNOLOGIA Y LOGISTICA COMERCIAL S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20495443915	MARINO HNOS S.A. AGENTE DE ADUANAS	A	ANUAL	2020	100,00
20501458679	NEW WORLD ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20501458679	NEW WORLD ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	100,00
20501650511	AGENTES Y ASES INTGRAL EN ADUANAS SA	A	ANUAL	2020	100,00

20501939774	AGENCIA DE ADUANA RABANAL S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20502165942	FAZIO ADUANAS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	A	ANUAL	2020	100.00
20503396531	QUELOPANA & CABALLERO SAC AGENCIA DE ADUANAS	A	ANUAL	2020	100.00
20503576431	CORPORACION LA NOIRE S.A.C.AG. ADUANAS	A	ANUAL	2020	100.00
20503576431	CORPORACION LA NOIRE S.A.C.AG. ADUANAS	A	ANUAL	2021	100.00
20503835984	BUENA VISTA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA AGENCIA DE ADUANA	A	ANUAL	2020	100.00
20504041027	SAN REMO OPERADOR LOGISTICO S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20504041027	M.C. LOPEZ DE MOLLA OPERADOR LOGISTICO S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20504094571	AGENTES CORPORATIVOS S.A.	A	ANUAL	2020	100.00
20504314104	JUAN E. MADICO M. AGENCIA DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20504703933	Q.MAR SOCIEDAD ANONIMA CERRADA AGENTE DE ADUANA	A	ANUAL	2020	100.00
20505043015	EFRINSA AGENTES DE ADUANA S.A.	A	ANUAL	2020	100.00
20505397178	D & S ASESORES DE ADUANA S.A.	A	ANUAL	2020	100.00
20506189358	RBK AGENTES DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20506312907	NEOCORP S.A.C. AGENCIA DE ADUANA	A	ANUAL	2020	100.00
20506479194	RF INTERNATIONAL ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20506479194	RF INTERNATIONAL ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	100.00
20506592675	SCHENKER PERU S.R.L.	A	ANUAL	2020	100.00
20506601330	ADUALINK S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20506614407	BOXPOOL AGENCIA DE ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20506814830	AGENCIAS UNIDAS ASOCIADAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20507382721	BARRON & ASOCIADOS AGENTES DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20507389571	TLI ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20508186089	TRANSGLOBAL CUSTOMS LOGISTIC AGENCIA DE ADUANAS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	A	ANUAL	2020	100.00
20508624531	MANEJOS INTEGRALES ADUANEROS S.A.	A	ANUAL	2020	100.00
20508644303	CHOICE ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20508745592	ABACUS LOGISTICA INTERNACIONAL S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20508848138	AVM ADUANERA S.A.C. AGENTES AFIANZADOS DE ADUANAS	A	ANUAL	2020	100.00
20508976641	L.B. GAYOSO S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20509577138	LUXOR AGENCIA DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20510029462	TERRA ADUANERA S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20510298013	JG ADUANAS LOGISTIC SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	A	ANUAL	2020	100.00
20510536721	ADUANAS & LOGISTICA INTEGRAL S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20510613652	A. HARTRODT ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20510945736	SAVAR CORPORACION LOGISTICA SOCIEDAD ANONIMA	A	ANUAL	2020	100.00
20510945736	SAVAR CORPORACION LOGISTICA SOCIEDAD ANONIMA	A	ANUAL	2021	100.00
20511032114	ADVANCED LOGISTICS GROUP SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	A	ANUAL	2020	100.00
20511117373	MONTEVERDE ADUANERA S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20511117373	MONTEVERDE ADUANERA S.A.C.	A	ANUAL	2021	100.00
20511229686	JAL ADUANAS SAC	A	ANUAL	2020	100.00
20511229686	JAL ADUANAS SAC	A	ANUAL	2021	100.00
20511495998	LOGISTICA LOS OLIVOS S.A. AGENCIA DE ADUANA	A	ANUAL	2020	100.00
20511830533	R&R LOGISTICA INTEGRAL S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20511830533	R&R LOGISTICA INTEGRAL S.A.C.	A	ANUAL	2021	100.00
20511851298	ADUAMERICA SOLUCIONES LOGISTICAS S.A.	A	ANUAL	2021	100.00
20512722009	AXIS GL AGENCIA DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20512722009	AXIS GL AGENCIA DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2021	100.00
20512890645	GESTION LOGISTICA INTEGRAL S.A.	A	ANUAL	2020	100.00
20512898891	AGENCIA DE ADUANA VILCAPOMA HERMANOS SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	A	ANUAL	2020	100.00
20512943277	INTERNATIONAL CUSTOMS CORPORATION S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20513061472	FAR ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20513144769	CLP OPERADOR LOGISTICO S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20513459247	INTERNATIONAL BUSSINES CORPORATION LOGISTICA INTEGRAL SOCIEDAD ANONIMA	A	ANUAL	2020	100.00

20513592753	IBERICA ADUANERA S.A	A	ANUAL	2020	100,00
20513592753	IBERICA ADUANERA S.A	A	ANUAL	2021	100,00
20513646861	AGENCIA DE ADUANA HUMBOLDT S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20513646861	AGENCIA DE ADUANA HUMBOLDT S.A.C.	A	ANUAL	2021	100,00
20514426105	SOPORTE ADUANERO SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - SOPORTE ADUANERO S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20514426105	SOPORTE ADUANERO SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - SOPORTE ADUANERO S.A.C.	A	ANUAL	2021	100,00
20514445231	GLOBAL CUSTOMS SERVICE S.A.C AGENTES DE ADUANAS	A	ANUAL	2020	100,00
20514445231	GLOBAL CUSTOMS SERVICE S.A.C AGENTES DE ADUANAS	A	ANUAL	2021	100,00
20515521217	BLOG ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20515685759	GLOBAL ADUANERA SAC LOGISTICA INTEGRAL	A	ANUAL	2020	100,00
20515806645	ADUAXPRESS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20516290511	S&S CORPORACION ADUANERA S.A	A	ANUAL	2020	100,00
20516580781	BROKMAR LOGISTICS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	A	ANUAL	2020	100,00
20516657244	AIROCEAN ADUANAS S.A.C	A	ANUAL	2020	100,00
20517123154	ADM ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20517233413	IJI S.A.C. AGENTES DE ADUANA	A	ANUAL	2020	100,00
20517712737	MUELLES AGENTES DE ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20517790614	WORLD COMPANY CUSTOMS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20518254970	HANSA ADUANAS SOCIEDAD ANONIMA	A	ANUAL	2020	100,00
20518572246	BROKERS VERA ADUANEROS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	A	ANUAL	2020	100,00
20518572246	BROKERS VERA ADUANEROS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	A	ANUAL	2021	100,00
20519114403	OCR ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20519162718	JEM LOGISTIC S.A.C	A	ANUAL	2020	100,00
20519238471	CORPORACION MAREC - AGENCIA DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20519238471	CORPORACION MAREC - AGENCIA DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2021	100,00
20519437326	LINK LOGISTICA PERU S.A.	A	ANUAL	2020	100,00
20519437326	LINK LOGISTICA PERU S.A.	A	ANUAL	2021	100,00
20519484677	AGENCIA DE ADUANA SION S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20519484677	AGENCIA DE ADUANA SION S.A.C.	A	ANUAL	2021	100,00
20520519328	M&F INTYL CUSTOM SAC	A	ANUAL	2020	100,00
20520643339	LA HERRADURA AGENCIA DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20520677314	MEGADUANAS PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	A	ANUAL	2020	100,00
20520837613	VILDOSO ALBARRACIN AGENTES DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20521165031	GLOBAL ADUANA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	A	ANUAL	2020	100,00
20521173301	PHOENIX S.A.C. AGENCIA DE ADUANA	A	ANUAL	2020	100,00
20521204541	DEPISA S.A.	A	ANUAL	2020	100,00
20521206919	CEVA PERU ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20521710595	GMC LOGISTICS PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA-GMC S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20521710595	GMC LOGISTICS PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA-GMC S.A.C.	A	ANUAL	2021	100,00
20521770814	PERU CUSTOMS ADVISER S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20522175553	HERMES AGENCIA DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20522616274	CMC LOGISTICYS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20523125401	CACH AGENTES DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20523301811	ANTARES ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20523390571	AGENCIA DE ADUANAS MORCAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20523689950	UNIADUANAS AGENTE DE ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20523689950	UNIADUANAS AGENTE DE ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	100,00
20524210712	GRUPO TRANSOCEANIC S.A.C.	A	ANUAL	2021	100,00
20524997046	ALEFERO OPERADOR INTERNACIONAL S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20525163661	RED ADUANERA S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20526325363	SAN MIGUEL SERVICIOS LOGISTICOS SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	A	ANUAL	2020	100,00
20526643578	LA ESMERALDA AGENCIA DE ADUANA S.R.L.	A	ANUAL	2020	100,00
20532620580	LOGISTIC TRAVEL ILO S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20533033238	AGENCIA DE ADUANA DEL SUR SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - AGENCIA DE ADUANA DEL SUR S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20535589501	ASESORES PARA UN MUNDO GLOBALIZADO S.A.-ASEMG S.A.	A	ANUAL	2020	100,00
20535589501	ASESORES PARA UN MUNDO GLOBALIZADO S.A.-ASEMG S.A.	A	ANUAL	2021	100,00
20536546732	JRC ADUANAS S.A.	A	ANUAL	2020	100,00
20536663534	R & P OPERADOR LOGISTICO S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20536743562	DESPOCHOS Y SERVICIOS ADUANEROS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00

20536934074	KONEKTA ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20536992198	PAZLEY ADUANA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - PAZLEY ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20536992198	PAZLEY ADUANA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - PAZLEY ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2021	100.00
20537000121	MAKROADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20537280060	AGENCIA DE ADUANA MONTE SION S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20537362031	EUROADUANAS S.A.C. AGENCIA DE ADUANA	A	ANUAL	2020	100.00
20537735679	SURJADUANAS S.A.C. AGENCIA DE ADUANA	A	ANUAL	2020	100.00
20538408507	AGENCIA DE ADUANA CACERES E.I.R.L.	A	ANUAL	2020	100.00
20538408507	AGENCIA DE ADUANA CACERES E.I.R.L.	A	ANUAL	2021	100.00
20538616959	CRF ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20538616959	CRF ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	100.00
20539695003	ANDESGATE AG S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20542630583	OLZAA AGENCIA DE ADUANA S.A.	A	ANUAL	2020	100.00
20543047903	ADUANERA INTEGRAL SAC	A	ANUAL	2020	100.00
20543247821	GESTION ADUANERA Y LOGISTICA S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20543247821	GESTION ADUANERA Y LOGISTICA S.A.C.	A	ANUAL	2021	100.00
20543287025	LBC AGENTES DE ADUANA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	A	ANUAL	2020	100.00
20543287025	LBC AGENTES DE ADUANA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	A	ANUAL	2021	100.00
20543351483	FH OPERADOR LOGISTICO S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20543351483	FH OPERADOR LOGISTICO S.A.C.	A	ANUAL	2021	100.00
20543669068	M & D SOLUCIONES LOGISTICAS S.A.C. AGENCIA DE ADUANA	A	ANUAL	2020	100.00
20543731472	LIP ADUANAS S.A.	A	ANUAL	2020	100.00
20543952215	ATENAS S.A.C. AGENCIA DE ADUANA	A	ANUAL	2020	100.00
20543952215	ATENAS S.A.C. AGENCIA DE ADUANA	A	ANUAL	2021	100.00
20544305400	ARES AGENTES AFIANZADOS DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20544345967	JS PERU AGENCIA DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20544701933	ADUANERA UCEDA S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20544701933	ADUANERA UCEDA S.A.C.	A	ANUAL	2021	100.00
20545118255	ACCIONA FORWARDING ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20545334462	NEXUS ADUANAS PERU SAC	A	ANUAL	2020	100.00
20546138063	V.I.I. S.A.C. AGENCIA DE ADUANA	A	ANUAL	2020	100.00
20546138063	V.I.I. S.A.C. AGENCIA DE ADUANA	A	ANUAL	2021	100.00
20546192947	IPH AGENCIA DE ADUANA E.I.R.L.	A	ANUAL	2020	100.00
20546412653	MARADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20546734774	MOL LOGISTIC S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20546805973	MOCAYAS LOGISTICA ADUANERA S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20546959776	AAVIA S.A.C. AGENTE DE ADUANAS	A	ANUAL	2020	100.00
20547027109	ALISPED ADUANAS S.A.C. OPERADOR LOGISTICO	A	ANUAL	2020	100.00
20547070535	GLOBAL GROUP S.A.C. AGENCIA DE ADUANA	A	ANUAL	2020	100.00
20547438583	UPS ADUANAS PERU S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20547468903	SLOGISTIC S.A.	A	ANUAL	2020	100.00
20547564376	A.R.S. ASESORES AGENTE DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20547707665	CORPORACION LOGISTICA ADUANERA S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20547891571	HERRAN AGENCIA DE ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20548571449	COMERCIO INTEGRAL S.A.C. AGENCIA DE ADUANA	A	ANUAL	2020	100.00
20548581240	PERU ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20548581240	PERU ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	100.00
20549010971	ECOADUANAS LOGISTICS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20549072225	EXPEDITORS ADUANAS PERU S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20549263675	RH ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20549726365	TCI AGENCIA DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20549876332	SAN MIGUEL ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20549876332	SAN MIGUEL ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	100.00
20549997636	SC & D AGENTES DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20550092361	CORPORACION ADUANERA KALLPA S.A.	A	ANUAL	2020	100.00
20550232988	WORLD INTERNATIONAL ADUANAS S.A.C. - VII ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20550548942	CORPORACION BRAVO MORALES S.A.C.	A	ANUAL	2021	100.00
20550892996	NPP AGENCIA DE ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20551219071	GRUPO ADUAN AGENCIA DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20551314651	DPA ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00
20552295383	E.F.V. AGENTES DE ADUANAS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - E.F.V. AGENTES DE ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100.00

20552396228	IJM LOGISTIC S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20554617329	SGL ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20554739513	ENDLOSUNG AGENCIA DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20555368306	ALFA GROUP ADUANAS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - ALFA GROUP ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20556923273	ADL SERVICIOS LOGISTICOS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20557161458	AGENCIA DE ADUANA MONTERO S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20559882853	AGENCIA DE ADUANA AMT S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20562841254	SALCEA ADUANAS PERU S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20562841254	SALCEA ADUANAS PERU S.A.C.	A	ANUAL	2021	100,00
20563184532	LOGISTICA KARAL S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20563297060	CL ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20563315068	MELKARTH AGENTES ADUANEROS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20563315068	MELKARTH AGENTES ADUANEROS S.A.C.	A	ANUAL	2021	100,00
20563438062	GRUPO ASL AGENTES DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20563538954	MACROMAR ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	100,00
20565576799	MUNDI AGENTE DE ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20565758471	PLUS ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20566053471	B & B AGENTES DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20566177791	PACIFICO DESPACHOS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - PACIFICO DESPACHOS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20566358400	VARI ALMACENES S.A.C.	A	ANUAL	2021	100,00
20600011571	ICA GROUP ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20600065077	FRONTIER DIRECT LOGISTICS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20600443209	ORBIS LOGISTIC SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	A	ANUAL	2020	100,00
20600443209	ORBIS LOGISTIC SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	A	ANUAL	2021	100,00
20600495446	GLOBALMAX AGENCIA DE ADUANAS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	A	ANUAL	2020	100,00
20600495446	GLOBALMAX AGENCIA DE ADUANAS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	A	ANUAL	2021	100,00
20600902564	CONCRETEC LOGISTIC S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20600957083	AG INTERNATIONAL FREIGHT FORWARDER SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - AG-IFF S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20600957083	AG INTERNATIONAL FREIGHT FORWARDER SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - AG-IFF S.A.C.	A	ANUAL	2021	100,00
20600958616	DATA ADUANERA S.A.	A	ANUAL	2020	100,00
20601169593	R Y R AGENCIA DE ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20601242789	VISAFAST CORPORACION LOGISTICA S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20601295483	VEGA AGENTES AFIANZADOS DE ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20601314666	ARANIBAR ADUANAS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - ARANIBAR ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20601335990	L & R SOLUCIONES ADUANERAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20601335990	L & R SOLUCIONES ADUANERAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	100,00
20601418518	3G ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20601420881	CARGO WORLD ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20601425425	SURAMERICA ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20601425425	SURAMERICA ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	100,00
20601603820	SEGU ADUANA LOGISTICS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	A	ANUAL	2020	100,00
20601632021	ADUANDES SERVICIOS LOGISTICOS INTEGRADOS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20601671701	SYBERCRIS PERUVIAN CUSTOMS S.A.C. - SYBERCRIS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20601746566	EGL ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20601852706	ACAMAR ADUANAS S.A.	A	ANUAL	2020	100,00
20601862515	ADUAMAR AGENTES DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20601908302	WORLD CUSTOMS GROUP S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20602020399	C ZAVALA ADUANERA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - C ZAVALA ADUANERA S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20602089267	JOTA ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20602186327	OCB AGENCIA DE ADUANAS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - OCB ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20602186327	OCB AGENCIA DE ADUANAS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - OCB ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	100,00
20602336680	CONEXION ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20602390820	JAR AGENTE DE ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20602390820	JAR AGENTE DE ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	100,00
20602460721	ACR ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20602474497	FULL ADUANAS OPERADOR LOGISTICO S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20602884903	FAST ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00

20602949380	MG ADUANAS S.A.C	A	ANUAL	2020	100,00
20603116551	V&P CUSTOMS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20603354894	HOGELS ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20605292209	TPP ADUANAS S.A.C.-TPPA S.A.C.	A	ANUAL	2020	100,00
20506614407	BOXPOOL AGENCIA DE ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,98
20511495998	LOGISTICA LOS OLIVOS S.A. AGENCIA DE ADUANA	A	ANUAL	2021	99,98
20116913314	AGENCIA DE ADUANA INTERAMERICANA S.A	A	ANUAL	2021	99,97
20409480587	ATCA OPERADORES ADUANEROS S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,97
20526325363	SAN MIGUEL SERVICIOS LOGISTICOS SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	A	ANUAL	2021	99,97
20543669068	M & D SOLUCIONES LOGISTICAS S.A.C. AGENCIA DE ADUANA	A	ANUAL	2021	99,97
20543731472	LIP ADUANAS S.A	A	ANUAL	2021	99,97
20390455080	TRANSEL AGENCIA DE ADUANA S.A	A	ANUAL	2021	99,95
20516290511	S&S CORPORACION ADUANERA S.A	A	ANUAL	2021	99,95
20418598817	ASESORIA Y GESTION EN ADUANAS SOCIEDAD ANONIMA	A	ANUAL	2021	99,93
20505397178	D & S ASESORES DE ADUANA S.A	A	ANUAL	2021	99,93
20520519328	M&F INTYL CUSTOM SAC	A	ANUAL	2021	99,93
20600902564	CONCRETEC LOGISTIC S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,93
20100008824	LAWALLE SUITO DESPACHADORES ADUANEROS SA	A	ANUAL	2021	99,92
20100417082	GARCIA PERSICO S. A. C.	A	ANUAL	2021	99,92
20347845150	KUEHNE + NAGEL S.A.	A	ANUAL	2021	99,92
20492633683	LOGISTICA INTERNACIONAL ADUANERA S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,92
20501939774	AGENCIA DE ADUANA RABANAL S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,92
20523301811	ANTARES ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,92
20544345967	JS PERU AGENCIA DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,92
20101132618	LITORAL PACIFICO S. A. AGENCIA DE ADUANA	A	ANUAL	2021	99,91
20101262074	ISLAY AGENCIA AFIANZADA DE ADUANA S.A	A	ANUAL	2021	99,91
20387138090	AGENCIA DE ADUANA LAMA S.A	A	ANUAL	2021	99,91
20503835984	BUENA VISTA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA AGENCIA DE ADUANA	A	ANUAL	2021	99,91
20519162718	JEM LOGISTIC S.A.C	A	ANUAL	2021	99,91
20536663534	R & P OPERADOR LOGISTICO S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,91
20539695003	ANDESGATE AG S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,91
20547468903	SLOGISTIC S.A	A	ANUAL	2021	99,91
20601418518	3G ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,91
20601603820	SEGU ADUANA LOGISTICS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	A	ANUAL	2021	99,91
20602336680	CONEXION ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,91
20605292209	TPP ADUANAS S.A.C.-TPPA S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,91
20100412102	INVERSIONES INTERNACIONALES ZETA S.A	A	ANUAL	2021	99,90
20100567645	RODOLFO BUSTAMANTE SA- AGENTES DE ADUANA	A	ANUAL	2021	99,90
20101081282	MUNDO ADUANERO S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,90
20102053444	GUILLERMO MAS SA AGENTE AFIANZAD ADUANA	A	ANUAL	2021	99,90
20124227683	SERVICIOS INTERNACIONALES ZETA S.A.	A	ANUAL	2021	99,90
20177204901	ALFONSO SEBASTIANI S.A.C.AGENCIA DE ADUA	A	ANUAL	2021	99,90
20252062077	TRANSITARIO INTERNACIONAL MULTIMODAL SAC	A	ANUAL	2021	99,90
20265739807	SALINAS & CASARETTO AGNTS.ASOC.ADUANA SA	A	ANUAL	2021	99,90
20458460591	HANDELZOLL S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,90
20501650511	AGENTES Y ASES INTGRAL EN ADUANAS SA	A	ANUAL	2021	99,90
20504094571	AGENTES CORPORATIVOS S.A	A	ANUAL	2021	99,90
20509577138	LUXOR AGENCIA DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,90
20510029462	TERRA ADUANERA S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,90
20511032114	ADVANCED LOGISTICS GROUP SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	A	ANUAL	2021	99,90
20517790614	WORLD COMPANY CUSTOMS S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,90
20545118255	ACCIONA FORWARDING ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,90
20600011571	ICA GROUP ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,90
20602460721	ACR ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,90
20602474497	FULL ADUANAS OPERADOR LOGISTICO S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,90
20603116551	V&P CUSTOMS S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,90
20101369464	ADUANDINA AGENCIA DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,88
20107107313	CASOR ADUANEROS SAC	A	ANUAL	2021	99,88
20213635531	DOGANA SA AGENTES AFIANZADOS DE ADUANAS	A	ANUAL	2021	99,88
20492822907	CAP LOGISTIC ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,88
20542630583	OLZAA AGENCIA DE ADUANA S.A	A	ANUAL	2021	99,88
20524997046	ALEFERO OPERADOR INTERNACIONAL S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,86

20542630583	OLZAA AGENCIA DE ADUANA S.A.	A	ANUAL	2021	99,88
20524997046	ALEFERO OPERADOR INTERNACIONAL S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,86
20549072225	EXPEDITORS ADUANAS PERU S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,86
20100246768	INTERAMERICAN SERVICE CO S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,85
20451497228	ASESORES INTEGRALES V & V AGENCIA DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,85
20508644303	CHOICE ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,85
10308267836	SOTO ZEGARRA AURELIO LUIS	A	ANUAL	2021	99,83
20101409199	AGENCIA DE ADUANA TRANSOCEANIC S.A.	A	ANUAL	2021	99,83
20136663268	OLIMPEX AGENCIA DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,83
20507389571	TLI ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,83
20508976641	L.B. GAYOSO S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,83
20510298013	JG ADUANAS LOGISTIC SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	A	ANUAL	2021	99,83
20513144769	CLP OPERADOR LOGISTICO S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,83
20516580781	BROKMAR LOGISTICS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	A	ANUAL	2021	99,83
20517712737	MUELLES AGENTES DE ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,83
20602949380	MG ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,83
20122583211	NAVASA AGENTES DE ADUANA S.A.	A	ANUAL	2021	99,81
20257094465	AGENCIA DE ADUANA MACROMAR S.A.	A	ANUAL	2021	99,81
20522616274	CMC LOGISTICYS S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,81
20547070535	GLOBAL GROUP S.A.C. AGENCIA DE ADUANA	A	ANUAL	2021	99,81
20547891571	HERRAN AGENCIA DE ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,81
20102027010	AUSA ADUANAS S.A.	A	ANUAL	2021	99,80
20292566086	AGENCIA AFIANZADA DE ADUANA J. K.M. S.A. C.	A	ANUAL	2021	99,80
20510613652	A. HARTRODT ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,80
20521206919	CEVA PERU ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,78
20563297060	CL ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,78
20135627845	HECTOR GONZALES SANDI AGENCIA AFIANZADA DE ADUANA S.A.	A	ANUAL	2021	99,76
20269413931	ADUANERA CAPRICORNIO S.A.AG DE ADUANA	A	ANUAL	2021	99,76
20504041027	SAN REMO OPERADOR LOGISTICO S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,76
20533033238	AGENCIA DE ADUANA DEL SUR SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - AGENCIA DE ADUANA DEL SUR S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,76
20526643578	LA ESMERALDA AGENCIA DE ADUANA S.R.L.	A	ANUAL	2021	99,75
20547707665	CORPORACION LOGISTICA ADUANERA S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,75
20566177791	PACIFICO DESPACHOS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - PACIFICO DESPACHOS S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,75
20101368221	JOSE V. MOLFINO S.A. AGENTES DE ADUANA	A	ANUAL	2021	99,74
20101391711	SEDASA AGENTES DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,74
20109827071	LUMEN S.A.C. AGENCIA DE ADUANA	A	ANUAL	2021	99,74
20508745592	ABACUS LOGISTICA INTERNACIONAL S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,74
20549997636	SC & D AGENTES DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,73
20302630225	TRABAJOS ADUANEROS S.A.	A	ANUAL	2021	99,71
20449488777	DDP ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,71
20492810216	INTEROCEANICA AGENCIA DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,71
20508186089	TRANSGLOBAL CUSTOMS LOGISTIC AGENCIA DE ADUANAS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	A	ANUAL	2021	99,71
20518254970	HANSA ADUANAS SOCIEDAD ANONIMA	A	ANUAL	2021	99,71
20522175553	HERMES AGENCIA DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,71
20537280060	AGENCIA DE ADUANA MONTE SION S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,71
20601632021	ADUANDES SERVICIOS LOGISTICOS INTEGRADOS S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,71
20537362031	EUROADUANAS S.A.C. AGENCIA DE ADUANA	A	ANUAL	2021	99,69
20547438583	UPS ADUANAS PERU S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,69
20519114403	OCR ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,68
20101128939	AGENTES PROFESIONALES DE ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,65
20101375359	JORGE RIVVA LOPEZ S.A.	A	ANUAL	2021	99,65
20103818436	AGENCIA VENEGAS S.A.	A	ANUAL	2021	99,65
20492369137	KBS LOGISTIC S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,65
20502165942	FAZIO ADUANAS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	A	ANUAL	2021	99,65
20546192947	IPH AGENCIA DE ADUANA E.I.R.L.	A	ANUAL	2021	99,65
20554739513	ENDLOSUNG AGENCIA DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,65
20506601330	ADUALINK S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,64
20101433227	ALFA AGENCIA DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,62
20230911607	MIGUEL VASQUEZ RUIZ S.A.C-AGE. DE ADUANA	A	ANUAL	2021	99,62
20301892480	SERVICIOS AERO MARITIMOS S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,62

20504703933	Q.MAR SOCIEDAD ANONIMA CERRADA AGENTE DE ADUANA	A	ANUAL	2021	99,62
20507382721	BARRON & ASOCIADOS AGENTES DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,62
20510536721	ADUANAS & LOGISTICA INTEGRAL S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,62
20516657244	AIROCEAN ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,62
20520643339	LA HERRADURA AGENCIA DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,62
20520837613	VILDOSO ALBARRACIN AGENTES DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,62
20550092361	CORPORACION ADUANERA KALLPA S.A.	A	ANUAL	2021	99,62
20566053471	B & B AGENTES DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,62
20602089267	JOTA ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,62
20100412366	SAVAR AGENTES DE ADUANA S.A.	A	ANUAL	2021	99,59
20392990624	SLI ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,58
20563184532	LOGISTICA KARAL S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,58
20100950180	AEROADUANA S.A.C. AGENTES AFIANZADOS DE ADUANA	A	ANUAL	2021	99,56
20455206866	LONGHI & ALMIRON S.A.C. AGENTES DE ADUANAS	A	ANUAL	2021	99,56
20503396531	QUELOPANA & CABALLERO SAC AGENCIA DE ADUANAS	A	ANUAL	2021	99,56
2051723154	ADM ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,56
20537735679	SURJADUANAS S.A.C. AGENCIA DE ADUANA	A	ANUAL	2021	99,56
20601295483	VEGA AGENTES AFIANZADOS DE ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,56
20601314666	ARANIBAR ADUANAS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - ARANIBAR ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,56
20602020399	C ZAVALA ADUANERA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - C ZAVALA ADUANERA S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,56
20551219071	GRUPO ADUAN AGENCIA DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,54
20100407362	JAIME RAMIREZ MC CUBBIN S C R LTDA	A	ANUAL	2021	99,52
20100467853	DESPACHOS ADUANALES S.A.	A	ANUAL	2021	99,52
20304221471	AGENCIA DE ADUANA VICMAR S.A.	A	ANUAL	2021	99,52
20453110584	MALHER OPERADOR LOGISTICO S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,52
20536546732	JRC ADUANAS S.A.	A	ANUAL	2021	99,52
20544305400	ARES AGENTES AFIANZADOS DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,52
20550232988	WORLD INTERNATIONAL ADUANAS S.A.C. - WII ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,52
20605592652	PCL ADUANAS SAC	A	ANUAL	2021	99,52
20426107041	PALACIOS & ASOCIADOS AGENTES DE ADUANA S.A.	A	ANUAL	2021	99,49
20101383378	ALICIA GUZMAN DE CASTILLO S.A.	A	ANUAL	2021	99,48
20229302222	DESPACHOS ADUANEROS ARUNTA S.A.	A	ANUAL	2021	99,48
20454498586	URANO GROUP S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,48
20546412653	MARADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,48
20600958616	DATA ADUANERA S.A.	A	ANUAL	2021	99,48
20127705969	BEAGLE AGENTES DE ADUANA S.A.	A	ANUAL	2021	99,47
20521204541	DEPISA S.A.	A	ANUAL	2021	99,44
20101402348	A.E. SMITH S.A.C. AGENTES DE ADUANA	A	ANUAL	2021	99,42
20345233041	PIRAMIDE AGENCIA DE ADUANAS S.A.	A	ANUAL	2021	99,42
20520677314	MEGADUANAS PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	A	ANUAL	2021	99,42
20549726365	TCI AGENCIA DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,42
20209791359	UCL ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,41
20478075651	MEGA CUSTOMS LOGISTIC S.A.C. AGENCIA DE ADUANA	A	ANUAL	2021	99,39
20546805973	MOCAYAS LOGISTICA ADUANERA S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,39
20547564376	A.R.S. ASESORES AGENTE DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,39
20552396228	IJM LOGISTIC S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,39
20601746566	EGL ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,39
20559802853	AGENCIA DE ADUANA AMT S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,33
20549010971	ECOADUANAS LOGISTICS S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,32
20100259665	UNIVERSAL ADUANERA S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,30
20421365068	CORPORACION INTERANDINA S.A. DESPADUAN.	A	ANUAL	2021	99,30
20505043015	EFRINSA AGENTES DE ADUANA S.A.	A	ANUAL	2021	99,30
20523125401	CACH AGENTES DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,27
20101408974	LUIS BETETA S.A. AGENTES DE ADUANA	A	ANUAL	2021	99,23
20393046946	TRANSGROUP ADUANERO S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,23
20513459247	INTERNATIONAL BUSSINES CORPORATION LOGISTICA INTEGRAL SOCIEDAD ANONIMA	A	ANUAL	2021	99,23
20555368306	ALFA GROUP ADUANAS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - ALFA GROUP ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,23
20601671701	SYBERCRIS PERUVIAN CUSTOMS S.A.C. - SYBERCRIS S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,23
20601908302	WORLD CUSTOMS GROUP S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,23

20392765001	AGENCIA DE ADUANA COMEX S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,22
20512898891	AGENCIA DE ADUANA VILCAPOMA HERMANOS SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	A	ANUAL	2021	99,22
20517233413	IJI S.A.C. AGENTES DE ADUANA	A	ANUAL	2021	99,22
20513061472	FAR ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,21
20536934074	KONEKTA ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,21
20480864469	DESPACHOS ADUANEROS CHAVIMOCHIC SAC	A	ANUAL	2021	99,15
20601242789	VISAFAST CORPORACION LOGISTICA S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,14
20565576799	MUNDI AGENTE DE ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,13
20100255325	AGENCIAS RANSA S.A.	A	ANUAL	2021	99,10
20506189358	RBK AGENTES DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,06
20100408687	RAMSEY S.A. AGENTES DE ADUANA	A	ANUAL	2021	99,04
20264522952	W. MERCHOR S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,04
20493072171	TECNOLOGIA Y LOGISTICA COMERCIAL S.A.C.	A	ANUAL	2021	99,04
20506312907	NEOCORP S.A.C. AGENCIA DE ADUANA	A	ANUAL	2021	99,04
20521173301	PHOENIX S.A.C. AGENCIA DE ADUANA	A	ANUAL	2021	99,04
20478175524	CLI GESTIONES ADUANERAS S.A.	A	ANUAL	2021	99,00
20554617329	SGL ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	98,98
20115866355	TECNOSUR S.A.	A	ANUAL	2021	98,95
20504314104	JUAN E. MADICO M. AGENCIA DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2021	98,95
20545334462	NEXUS ADUANAS PERU SAC	A	ANUAL	2021	98,87
20602884903	FAST ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	98,85
20389395481	DHL GLOBAL FORWARDING ADUANAS PERU S.A.	A	ANUAL	2021	98,84
20512943277	INTERNATIONAL CUSTOMS CORPORATION S.A.C.	A	ANUAL	2021	98,84
20101396861	CARLOS BELLO S.A.C.	A	ANUAL	2021	98,78
20122344143	POST MAR S.A.	A	ANUAL	2021	98,78
20601169593	R Y R AGENCIA DE ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	98,78
20463958590	SCHARFF LOGISTICA INTEGRADA S.A.	A	ANUAL	2021	98,72
20523390571	AGENCIA DE ADUANAS MORGAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	98,72
20532620580	LOGISTIC TRAVEL ILO S.A.C.	A	ANUAL	2021	98,72
20557161458	AGENCIA DE ADUANA MONTERO S.A.C.	A	ANUAL	2021	98,69
20565758471	PLUS ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	98,69
20603127791	AGENCIA DE ADUANA MARTORELL SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - MARTORELL S.A.C.	A	ANUAL	2021	98,64
20506592675	SCHENKER PERU S.R.L.	A	ANUAL	2021	98,61
20601862515	ADUAMAR AGENTES DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2021	98,60
20133863584	JULIO ABAD S.A. AGENTES DE ADUANA	A	ANUAL	2021	98,56
20385817836	DHL EXPRESS ADUANAS PERU S.A.C.	A	ANUAL	2021	98,56
20537000121	MAKROADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	98,56
20556923273	ADL SERVICIOS LOGISTICOS S.A.C.	A	ANUAL	2021	98,56
20606303891	SOUTH ADUANAS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	A	ANUAL	2021	98,56
20455073279	ESPLENDOR SOCIEDAD ANONIMA CERRADA AGENCIA DE ADUANAS - ESSAC AGENCIA DE ADUANAS	A	ANUAL	2021	98,52
20548571449	COMERCIO INTEGRAL S.A.C. AGENCIA DE ADUANA	A	ANUAL	2021	98,52
20547027109	ALISPED ADUANAS S.A.C. OPERADOR LOGISTICO	A	ANUAL	2021	98,26
20563438062	GRUPO ASL AGENTES DE ADUANA S.A.C.	A	ANUAL	2021	98,26
20135025101	HUGO GADEA VILLAR S.A. AG ADUANAS	A	ANUAL	2021	98,25
20546734774	MOL LOGISTIC S.A.C.	A	ANUAL	2021	98,25
20601420881	CARGO WORLD ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	98,17
20603354894	HOGELS ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	98,17
20546959776	AAVIA S.A.C. AGENTE DE ADUANAS	A	ANUAL	2021	98,08
20515521217	BLOG ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	97,96
20550892996	NPP AGENCIA DE ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	97,91
20552295383	E.F.V. AGENTES DE ADUANAS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - E.F.V. AGENTES DE ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	97,89
20508848138	AVM ADUANERA S.A.C. AGENTES AFIANZADOS DE ADUANAS	A	ANUAL	2021	97,82
20601852706	ACAMAR ADUANAS S.A.	A	ANUAL	2021	97,82
20536743562	DESPACHOS Y SERVICIOS ADUANEROS S.A.C.	A	ANUAL	2021	97,72
20521770814	PERU CUSTOMS ADVISER S.A.C.	A	ANUAL	2021	97,67
20525163661	RED ADUANERA S.A.C.	A	ANUAL	2021	97,30
20549263675	RH ADUANAS S.A.C.	A	ANUAL	2021	97,12
20515806645	ADUAEXPRESS S.A.C.	A	ANUAL	2021	95,46
20451573269	ADUANA Y LOGISTICA INTERNACIONAL S.A.C.	A	ANUAL	2021	95,03

20508624531	MANEJOS INTEGRALES ADUANEROS S.A.	A	ANUAL	2021	93.11
20474065408	CORPORACION LOGISTICA LAS AMERICAS S.A.	A	ANUAL	2021	91.75

Desde Celulares y teléfonos fijos:
(01) 634-3600 anexo 20066
(01) 315-0730 opción 4 (consultas aduaneras)



Desde teléfonos fijos a nivel nacional:
0-801-12-100 opción 4

No. de Visitas: 97682

Nota: Sunat.

Anexo 13.

Formato de validación de Expertos - encuestados.

Tema: “TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL PROCESO ADUANERO DE IMPORTACIÓN EN LAS AGENCIAS DE ADUANAS DE LIMA DURANTE LA PANDEMIA COVI 19. PERÚ 2020-2021.”

Validador de Confirmación del Formato de Cuestionario:

Representante Legal. Alfredo José Abad Pérez.

Elaborado: Cesar Johan Uribe Castillo.

Técnica: Encuesta a Profundidad.

Fiche Técnica del Instrumentó:

Nombre del Instrumentó: Cuestionario con preguntas semiestructuradas, con tipo Likert, con tipo de valoración de las 16 preguntas.

Cuestionario a Profundidad:

1. ¿Qué es la Transformación Digital, para usted?

a)	Innovación.	d)	Motivación.
b)	Cultura.	d)	Tecnología.
C)	Capacidad.	e)	Otros:

2. ¿Cree usted que tan importante el uso de estos canales virtuales en el proceso de despacho aduanero de importación, según su opinión?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

3. ¿Qué tan satisfecho estas con los beneficios que trajo consigo la implementación de canales virtuales dentro del proceso de importación?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

4. ¿Qué tan satisfecho estas con el uso de estos canales virtuales agilizo los procesos administrativos de la Agencia de Aduanas?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

5. ¿Creé usted importante la implementación de nuevos software o plataformas virtuales, debido a estos nuevos cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

6. ¿Con que frecuencia consideras que el desarrollo de la transformación digital ha generado mayor simplicidad en los procesos de importación con respecto a procesos anteriores?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

7. ¿Con que frecuencia se han presentan frecuentemente obstáculos y/o inconvenientes en este proceso de la transformación digital y/o canales virtuales? ¿Y han podido afrontar este tipo de obstáculos?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

8. ¿Qué tan importante, cree usted que falta mayor capacitación por parte del personal en SUNAT?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

9. ¿Qué tan importante, cree usted el uso de los programas FAST representa un gran avance para la organización?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

10. ¿Qué tan importante, cree usted que falta mejorar el proceso de implementación en la transformación digital para beneficios de los comitentes y/o importadores?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

11. ¿Qué tan importante, cree usted que el sector Aduanero es uno de los que más tiene que adaptarse a este tipo de cambios?

a)	No es Importante.	d)	Importante.
b)	Poco Importante.	e)	Muy Importante.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

12. ¿Ha generado alguna reducción de costos Administrativos aplicando transformación digital?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

13. ¿Qué tan difícil fue la implementación de aprendizajes en el proceso de Transformación Digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
b)	Difícil.	e)	Muy Fácil.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

14. ¿Con que frecuencia alcanzaron logros en el proceso de Transformación Digital?

a)	Nunca.	d)	Casi todos los días.
b)	Casi Nunca.	e)	Todos los días.
C)	Ocasionalmente.	f)	No Opina.

15. ¿Qué tan satisfecho estas con los logros alcanzados con el proceso de Transformación Digital?

a)	Extremadamente Satisfecho.	d)	Poco Satisfecho.
b)	Muy Satisfecho.	e)	No Satisfecho.
C)	Moderadamente Satisfecho.	f)	No Opina.

16.¿Qué tan difícil, cree usted que serán los siguientes pasos en el proceso de Transformación Digital?

a)	Muy difícil.	d)	Fácil.
b)	Difícil.	e)	Muy Fácil.
C)	Neutral.	f)	No Opina.

Datos:

Nombre y Apellidos DNI Fecha Código de Aprobación

Alfredo José Abad Pérez 25595280 29/05/2022 Economista y Representante Legal. 9803

Nota: Elaboración propia.

Anexo 14.

Tabla 2.

Matriz de Consistencia.

“LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL PROCESO ADUANERO DE IMPORTACIÓN EN LAS AGENCIAS DE ADUANAS DE LIMA DURANTE LA PANDEMIA COVI 19. PERU 2021-2022”					
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<p><u>PROBLEMA GENERAL</u></p> <p>¿Efecto de la transformación digital en el proceso aduanero de importación en las agencias de aduanas de Lima durante la pandemia COVI 19. Perú 2020-2021?</p>	<p><u>OBJETIVO GENERAL</u></p> <p>Comprender los procesos de transformación digital de las Agencias de Aduanas en el proceso aduanero de importación en las agencias de aduanas de lima durante la pandemia COVID 19. Perú 2020-2021.</p>	<p><u>HIPOTESIS GENERAL</u></p> <p>La Transformación Digital peruana mejora el proceso aduanero de importación en las agencias de aduanas de Lima durante la pandemia COVI 19. Perú 2020-2021.</p>	<p>Transformación Digital</p> <p>-Transformación. de los modelos de negocio.</p> <p>-Gestión de plataformas virtuales.</p> <p>- Lineamientos de gestión y planificación en gobierno digital.</p>	<p>- Administración 2.0</p> <p>- Plataformas SAFT.</p> <p>- Transparencia y Seguridad.</p> <p>- Agilidad VUCE.</p> <p>- Normas Y Procedimientos.</p> <p>- Mejoras en el proceso de importación.</p>	<p>Diseño: Explorativo.</p> <p>Tipo de investigación: Cualitativo.</p> <p>Nivel de investigación: Descriptivo Correlacional.</p> <p>Diseño: Probalístico.</p> <p>Población: Agencias de Aduanas que operan en la Provincia Constitucional del Callao.</p>
<p><u>PROBLEMA ESPECÍFICOS</u></p> <p>¿De qué manera la transformación digital influyo en el proceso aduanero de importación en las agencias de aduanas de Lima durante la pandemia COVI 19.</p>	<p><u>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</u></p> <p>Conocer si la transformación digital tuvo repercusión en el proceso aduanero de importación las agencias de aduanas de lima durante la pandemia COVID 19.</p>	<p><u>HIPOTESIS ESPECÍFICOS</u></p> <p>La transformación digital influye positivamente en el proceso aduanero de importación en las agencias de aduanas de Lima durante la pandemia COVI 19.</p>	<p>Proceso Aduanero de Importación</p> <p>-Proceso.</p> <p>-Destinación.</p>	<p>- Transmisión.</p> <p>- Documentación.</p> <p>- Modalidad</p>	<p>Muestra: Las 21 Agencias de Aduana de Lima-Callao.</p> <p>Técnica de Investigación: Escalamiento tipo Likert.</p> <p>Análisis de Datos: La encuesta está conformada por dieciséis</p>

Nota: Elaboración propia.

<p>Perú 2020-2021?</p> <p>¿El uso de canales virtuales influyó en los procesos administrativos de importación en las agencias de aduanas de Lima durante la pandemia COVI 19? Perú 2020-2021?</p> <p>¿Cuáles fueron los principales desafíos en la presentación de documentos en línea en el proceso aduanero de importación en las agencias de aduanas de Lima durante la pandemia COVI 19. Perú 2020-2021?</p>	<p>Perú 2020-2021.</p> <p>Comprender si el uso de canales virtuales permitió agilizar el desarrollo administrativo en el proceso aduanero de importación en las agencias de aduanas de lima durante la pandemia COVID 19. Perú 2020-2021.</p> <p>Conocer los efectos de la reducción de presentación de documentos en línea en el proceso aduanero de importación en las agencias de aduanas de lima durante la pandemia COVID 19. Perú 2020-2021.</p>	<p>Perú 2020-2021.</p> <p>El uso de plataformas virtuales agiliza los procesos administrativos de importación en las agencias de aduanas de Lima durante la pandemia COVI 19. Perú 2020-2021.</p> <p>La presentación de documentos en línea tiene efectos positivos para las agencias de aduanas de Lima durante la pandemia COVI 19. Perú 2020-2021.</p>	<p>- Reglamentos.</p>	<p>- Acciones de Control.</p> <p>- Normas.</p> <p>- Procedimientos.</p>	<p>La encuesta está conformada por dieciséis (16). Se tabulará en Excel la información a partir de los datos obtenidos, mediante las alternativas.</p>
--	--	---	-----------------------	---	--

Nota: Elaboración propia

