

**UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES Y
FINANCIERAS**



TESIS

Aplicación de las herramientas técnicas de valoración aduanera, y el nivel de competitividad empresarial en la MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos, Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014

Tesis para optar Título Profesional de Contador Público

Presentado por:

Bach. Ederth Christian Alca Tito

Tacna - Perú

2016

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	10
---------------------	-----------

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática	11
1.2 Delimitaciones de la investigación	13
1.3 Formulación del problema	14
1.3.1 Problema general	14
1.3.2 Problemas específicos	14
1.4 Objetivos	15
1.4.1 Objetivo general	15
1.4.2 Objetivos específicos	15
1.5 Justificación e importancia de la investigación.	16
1.5.1 Justificación de la investigación	16
1.5.2 Importancia de la investigación	17
1.6 Alcances y limitaciones	18
1.6.1 Alcances	18
1.6.2 Limitaciones	18

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes del estudio	19
------------------------------	----

2.2	Bases Teóricas	21
2.2.1	Comercio exterior	21
2.2.1.1	Definición	21
2.2.1.2	El comercio exterior en Perú	24
2.2.1.3	Comercio Exterior en Bolivia, Chile, Ecuador y Colombia	25
2.2.1.4	Políticas de protección, barreras arancelarias	26
2.2.2	Sistema Aduanero	29
2.2.2.1	Definición	29
2.2.2.2	Control Aduanero	29
2.2.2.3	La Valoración de mercancías en el comercio exterior	30
2.2.2.4	Las Importaciones	31
2.2.3	Regulación del comercio internacional: del GATT a la OMC	34
2.2.4	Organización Mundial del Comercio	35
2.2.5	Marco Legal sobre la gestión aduanera	35
2.2.6	Competitividad	38
2.2.6.1	Definición	38
2.2.6.2	Factores que afectan a la competitividad según IICA	39
2.2.6.3	Medición de la competitividad	39
2.2.6.4	Medición de la competitividad a nivel de empresas	41
2.2.6.5	Componentes de la competitividad	42
2.3	Definiciones operacionales	44

CAPÍTULO III

ELABORACIÓN DE LA HIPÓTESIS, VARIABLES Y DEFINICIONES

3.1	Hipótesis	47
3.1.1	Hipótesis general	47

3.1.2 Hipótesis específicos	47
3.2 Variables	48

CAPÍTULO IV METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Tipo de investigación	49
4.2 Nivel de investigación	49
4.3 Diseño de investigación	49
4.4 Población y muestra de estudio	50
4.4.1 Población	50
4.4.2 Muestra	50
4.5 Técnicas e instrumentos de investigación	51
4.5.1 Técnicas de investigación	51
4.5.2 Instrumentos de recolección de datos	51

CAPÍTULO V RESULTADOS

5.1 Presentación	52
5.2 Presentación, análisis e interpretación de resultados	52
5.2.1 Análisis de tablas y figuras de las variables	52
5.2.2 Correlaciones- pruebas de normalidad	113
5.2.3 Contrastación de la hipótesis	114

CONCLUSIONES	124
RECOMENDACIONES	126
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	127

INDICE DE TABLAS

TABLA	DESCRIPCIÓN	PAG.
Tabla 1	Comercio exterior en Bolivia, Chile, Ecuador y Colombia	26
Tabla 2	Aplicación de las herramientas valoración aduanera	52
Tabla 3	Primer método de valoración OMC	54
Tabla 4	Segundo método proceso de valoración OMC	55
Tabla 5	Tercer método de valoración OMC	56
Tabla 6	Cuarto método de valoración OMC	57
Tabla 7	Comparación por dimensiones de la variable independiente	58
Tabla 8	Comprende el acuerdo de valor en Aduanas de la OMC primer método	59
Tabla 9	Se exige la factura comercial que cumpla los requisitos primer método valoración aduanera	60
Tabla 10	Utiliza contratos de compra-venta para cerrar sus negociaciones primer método de valoración aduanera	61
Tabla 11	Sustenta oportunamente del valor declarado primer método	62
Tabla 12	Comprende el proceso de duda razonable primer método de valoración aduanera	63
Tabla 13	exige que la documentación comercial cuente con los requisitos legalmente establecidos primer método	64
Tabla 14	Utiliza los medios y formas de pago pertinentes para el pago de sus proveedores primer método de valoración aduanera	65
Tabla 15	Cuentan con referencias de valor de mercancías idénticas primer método	66

Tabla 16	Comprende el acuerdo de valor en Aduanas de la OMC segundo método	67
Tabla 17	Se exige la factura comercial que cumpla los requisitos segundo método	68
Tabla 18	Utiliza contratos de compra-venta para cerrar sus negociaciones segundo método	69
Tabla 19	Sustenta oportunamente del valor declarado segundo método	70
Tabla 20	Comprende el proceso de duda razonable segundo método	71
Tabla 21	Comprende el proceso de duda razonable segundo método de valoración aduanera	72
Tabla 22	Utiliza los medios y formas de pago pertinentes para el pago de sus proveedores segundo método	73
Tabla 23	Cuentan con referencias de valor de mercancías idénticas segundo método	74
Tabla 24	Comprende el acuerdo de valor en Aduanas de la OMC tercer método da valoración aduanera	75
Tabla 25	Se exige la factura comercial que cumpla los requisitos tercer método de valoración aduanera	76
Tabla 26	Utiliza contratos de compra-venta para cerrar sus negociaciones tercer método de valoración aduanera	77
Tabla 27	Sustenta oportunamente del valor declarado ante una duda razonable	78
Tabla 28	Comprende el proceso de duda razonable tercer método de valoración aduanera	79
Tabla 29	Comprende el proceso de duda razonable tercer método	80
Tabla 30	Utiliza los medios y formas de pago pertinentes para el pago de sus proveedores tercer método	81

Tabla 31	Cuentan con referencias de valor de mercancías idénticas tercer método	82
Tabla 32	Comprende el acuerdo de valor en Aduanas de la OMC cuarto método de valoración aduanera	83
Tabla 33	Se exige la factura comercial que cumpla los requisitos cuarto método de valoración aduanera	84
Tabla 34	Utiliza contratos de compra-venta para cerrar sus negociaciones cuarto método de valoración aduanera	85
Tabla 35	Sustenta oportunamente del valor declarado ante una duda razonable	86
Tabla 36	Comprende el proceso de duda razonable cuarto método de valoración aduanera	87
Tabla 37	exige que la documentación comercial cuente con los requisitos legalmente establecidos	88
Tabla 38	Utiliza los medios y formas de pago pertinentes para el pago de sus proveedores cuarto método de valoración aduanera	89
Tabla 39	Cuentan con referencias de valor de mercancías idénticas cuarto método de valoración aduanera	90
Tabla 40	Nivel de competitividad	91
Tabla 41	Costos	92
Tabla 42	Valor agregado	93
Tabla 43	Comercialización	94
Tabla 44	Rentabilidad	95
Tabla 45	Comparación por dimensiones de la variable 2	96
Tabla 46	Se optimizan los costos del proceso de comercialización	97

Tabla 47	Se optimizan los costos de los recursos humanos	98
Tabla 48	Se optimizan los costos del proceso en el control de almacenamiento	99
Tabla 49	Se optimizan los costos del proceso del retiro de mercadería	100
Tabla 50	Se optimizan los costos de los recursos humanos en el proceso del retiro de mercadería	101
Tabla 51	Se evidencia valor agregado en el proceso de control de ingresos de la mercadería	102
Tabla 52	Se evidencia valor agregado en el proceso de fortalecimiento de los recursos humanos	103
Tabla 53	Se evidencia valor agregado en el proceso de almacenamiento	104
Tabla 54	Se evidencia valor agregado en el proceso de fortalecimiento de los recursos humanos	105
Tabla 55	Se evidencia valor agregado en el proceso del retiro de mercadería	106
Tabla 56	Se evidencia valor agregado en el proceso de fortalecimiento de recursos humanos	107
Tabla 57	Se optimiza la comercialización de servicios	108
Tabla 58	Se optimizan la comercialización de mercadería servicios	109
Tabla 59	Se optimizan la producción de servicios proveniente del procesos del retiro de mercadería	110
Tabla 60	Se evidencia una óptima rentabilidad económica	111
Tabla 61	Se evidencia una óptima rentabilidad financiera	112

INDICE DE FIGURAS

FIGURA	DESCRIPCIÓN	PAG.
Figura 1	Importaciones y exportaciones en razón al PBI Perú	25

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación tiene como propósito determinar de qué manera la aplicación de las herramientas técnicas de valoración aduanera influye en el nivel de competitividad empresarial en las MYPES, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014. Como se sabe la entidad encargada de la recaudación de los tributos resultado de las actividades tanto del comercio exterior y comercio local es una sola institución la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria-SUNAT, sin embargo, en su estructura se encuentra bien diferenciada por los negocios de aduanas y de tributos internos, en la Región de Tacna la mayor recaudación de tributos como el Impuesto General a las Ventas IGV corresponde a las que derivan de las actividades de comercio exterior, es decir a la recaudadas por aduanas. Valoración Aduanera. Asimismo, en las operaciones de comercio internacional una de las principales actividades que ejerce el Estado a través de sus Aduanas es el control, entre ellas, el de valor de las mercancías importadas. El artículo 8° de la Decisión 574 de la comisión de la Comunidad Andina establece lo siguiente: “El control durante el despacho tendrá lugar mediante actuaciones de la administración aduanera sobre la mercancía, sobre la declaración y, en su caso, sobre toda la documentación aduanera exigible e incluye la totalidad de prácticas comprendidas en el reconocimiento, comprobación y aforo.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

Actualmente, es importante la aplicación de los valores aduaneros, sugeridos para los países miembros de la Organización Mundial de Comercio – OMC, valoración que implica cumplir el compromiso de la utilización de las reglas del Tratado Internacional, es decir, mediante la aplicación del artículo VII del Código de Valor GATT, reglamentación adecuada en nuestro país a partir del mes de abril de 2000, según Decreto Supremo N° 186-99-EF.

Merece resaltar que la filosofía de la Organización Mundial de Comercio - OMC, sugiere a los países miembros tener en cuenta los elementos determinantes de la profundización y del desarrollo de un proyecto de integración económica mediante la utilización razonable de la valoración aduanera, factores que se corresponden a la organización y gestión a las administraciones aduaneras de los países involucrados en el proceso de integración, que constituye como piedra angular sobre la que debe apoyarse la edificación de la integración económica. Por lo que la Aduana del Perú, como otros países, debe contemplar en el proceso una triple dimensión como instrumento técnico, inmerso en un contexto jurídico y con una finalidad política. Para su efecto debemos examinar lo siguiente:

- El lugar que ocupa, el "rol" de la Administración de Aduanas en el proceso de integración buscado en el ámbito de las relaciones internacionales, frente a los países del resto del mundo o países terceros.

- Cuáles son las principales estructurales que aseguran y garantizan el funcionamiento de esta Administración Aduanera
- Finalmente, cuál es la imagen de esta organización en el operador económico que la utiliza o en el ciudadano al que sirve, en general a los importadores de mercancías.

Por otra parte, la integración económica busca un desarrollo creciente de los intercambios en el interior del área de integración fomentado dicha tendencia entre los países integrados. Por lo que la Aduana juega aquí un papel de impulso de estos intercambios internos, con la facilitación de trámite y agilización de procedimiento, incluso con la desaparición de su intervención en ellos cuando el grado de desarrollo de la integración lo haga conveniente. En esta tarea de agilización y desarrollo del mercado interno, la Aduana tiene, como armas para convertirse en motor de su realización, la simplificación de los métodos de control aduanero, con paulatinos cambios, sucesivos y a veces audaces para vencer las tradicionales resistencias al proceso relacionado con intereses particulares que a veces dificultan el logro del interés general.

Igualmente, se deben apreciar las ventajas que tiene la SUNAT en el control posterior que le permite tener una visión integral del cumplimiento de las obligaciones tributarias tanto aduaneras como internas, lo cual le redundan en mejores resultados en términos de recaudación, ya que en vez de llevar a cabo un ajuste en el valor de la mercancía, puede ser más conveniente el hacer un reparo o una acotación por tributos internos (IGV e Impuesto a la Renta) a la cual se llega como consecuencia justamente de la información recabada de Aduanas,

Asimismo, es preciso indicar que las MYPES importadoras de electrodomésticos, no aplican en gran medida las herramientas técnicas de valoración aduanera, por ello no logran el óptimo nivel de competitividad, ya que la declaración del valor comercial es poco eficiente, no se sustenta oportunamente la declaración del valor comercial ante el proceso de duda razonable, pues no se analiza la documentación para la aceptación del primer método de valoración de la OMC. No se cuenta con referencias de valor de mercancías idénticas y/o similares, debido a que no se aplica adecuadamente el tercer método de valoración aduanera y no se brinda información de calidad comercial y contable respecto a la trazabilidad de una mercancía importación hasta su venta, por lo que se deduce que no permite una eficiente y objetiva aplicación del cuarto método de valoración de la OMC.

1.2 Delimitaciones de la investigación

El presente trabajo de investigación se realizará en la ciudad de Tacna en el Centro Comercial Federico Barreto, el periodo de estudio es el año 2014.

1.3 Formulación del problema

1.3.1 Problema general

¿De qué manera la aplicación de las herramientas técnicas de valoración aduanera influye en el nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014?.

1.3.2 Problemas específicos

- a) ¿De qué forma la aplicación del primer método de valoración aduanera OMC influye en el nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014?.
- b) ¿Cómo la aplicación del segundo método de valoración aduanera OMC influye en el nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014?.
- c) ¿De qué manera la aplicación del tercer método de valoración aduanera OMC influye en el nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014?.
- d) ¿Cómo la aplicación del cuarto método de valoración aduanera OMC influye en el nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014?.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Determinar de qué manera la aplicación de las herramientas técnicas de valoración aduanera influye en el nivel de competitividad empresarial en las MYPES, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014.

1.4.2 Objetivos específicos

- a) Establecer de qué forma la aplicación del primer método de valoración aduanera OMC influye en el nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014.
- b) Verificar cómo la aplicación del segundo método de valoración aduanera OMC influye en el nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014.
- c) Determinar de qué manera la aplicación del tercer método de valoración aduanera OMC influye en el nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014.
- d) Establecer cómo la aplicación del cuarto método de valoración aduanera OMC influye en el nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de

electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014.

1.5 Justificación e importancia de la investigación.

1.5.1 Justificación de la investigación

a) Justificación teórica

La investigación propuesta busca, mediante la aplicación de la teoría y los conceptos básicos sobre la aplicación de las herramientas técnicas de valoración aduanera, en cuanto a los métodos de valoración, encontrando explicaciones a situaciones internas del contexto de estudio y del entorno, que influye en el nivel de competitividad de las MYPES, venta de electrodomésticos.

b) Justificación práctica

De acuerdo a los resultados de la investigación, su resultado permite encontrar soluciones concretas a problemas como la aplicación la aplicación de las herramientas técnicas de valoración aduanera, en cuanto a los métodos de valoración, y el nivel de competitividad de las MYPES, venta de electrodomésticos.

c) Justificación metodológica

Para lograr el cumplimiento de los objetivos de estudio, se acude al empleo de técnicas de investigación como el instrumento para medir el la aplicación de las herramientas técnicas de valoración aduanera y el nivel de competitividad, a

través de la aplicación del cuestionario y el procesamiento en el SPSS 22, así los resultados de la investigación se apoyan en la aplicación de técnicas de investigación válidas en el medio, como el cuestionario y el SPSS 22.

1.5.2 Importancia de la investigación

El presente estudio reviste capital importancia, debido a que la valoración aduanera se aplica al amparo de un tratado aprobado en el marco del GATT (Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio), el cual tiene como fin otorgar una gran previsibilidad en las operaciones del comercio internacional. Todos los países que son miembros – que son más de 150 – están en la obligación de aplicar las Normas de Valoración Aduanera para los procesos de importaciones, es decir, se aplica para determinar la base imponible en las importaciones, para su posterior cobro de los derechos de aduana.

Es importante precisar que los conceptos de valoración aduanera, se enmarcan dentro de convenios internacionales, los que nacen del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio de 1994 (GATT), se reglamenta y se aplica en nuestro país mediante el Decreto Supremo 186-99-EF. En efecto, este Acuerdo es el que trata por primera vez de regular los aspectos de comercio exterior, a fin que las Administraciones Aduaneras de los países miembros de la OMC, brinden un trato justo, equitativo, neutro y razonable para la determinación del valor en aduanas.

Es preciso mencionar que la entidad encargada de la recaudación de los tributos resultado de las actividades tanto del comercio exterior y comercio local es una sola institución la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria-SUNAT, sin embargo, en su estructura se encuentra bien diferenciada por los negocios de aduanas y de tributos internos, en la Región de Tacna la mayor recaudación de tributos como el Impuesto General a las Ventas IGV corresponde a las que derivan de las actividades de comercio exterior, es decir a la recaudadas por aduanas.

1.6 Alcances y limitaciones

1.6.1 Alcances

El alcance de la presente investigación comprende a un grupo de empresas importadoras de la Región Tacna activas con operaciones de comercio exterior en el periodo 2014.

1.6.2 Limitaciones

Las limitaciones del presente trabajo de investigación son que no existen suficientes trabajos de investigación y referencias bibliográficas.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes del estudio

Hidalgo (2008) desarrolló su trabajo de investigación denominado: “Análisis comparativo entre el acuerdo de valoración de la OMC y las nuevas normas andinas de valoración aduanera en Venezuela”, de la Universidad de los Andes, Mérida - Venezuela. El propósito fundamental de la investigación es proponer en el marco de las leyes que rigen la materia aduanera a nivel Nacional y como integrante del Comercio Internacional entre las Naciones un sistema de valoración de las mercancías acorde con el mundo globalizado en el que se mueven el tránsito de las mercancías. Para conseguirlo se llevó a cabo una investigación documental, orientada a un estudio de campo, que permitió recoger de los objetos de estudio los sistemas de valoración usados en Venezuela y en países afines y socios, obteniéndose una información de primera mano con relación a la problemática que se presenta en Venezuela en cuanto a valoración se refiere. Igualmente se realizó una revisión documental que sentó las bases y cumplió objetivos inherentes al tema sometido a estudio. Los resultados obtenidos sustentan una serie de propuestas de valoración, que conocidas por los agentes de la administración aduanera, pueden ser puestos en práctica de inmediato.

Franco (2003) desarrolló el trabajo de investigación “Valoración Aduanera”, de la Universidad de Carabobo. El propósito de esta investigación fue evaluar el proceso de valoración aduanera como consecuencia de la carencia de información y de manuales educativos que permitan la conducción objetiva de los diferentes métodos de

valoración. En tal sentido, se interpretaron los diferentes aspectos del Acuerdo de Valoración Aduanera y los viejos esquemas de Valoración Aduanera considerados en la Declaración de Bruselas con objetivos tendientes a analizar las implicaciones y resultados de la antigua valoración y de la nueva valoración, a los fines de determinar las ventajas del Acuerdo de Valoración del GATT, y por lo tanto, de determinar sus aportes a la modernización de las aduanas. En tal sentido en primer lugar se analizan, las incidencias de una valoración inadecuada en el ámbito del comercio internacional, tanto en el ámbito fiscal y como distorsión de los procesos y trámites aduaneros, en segundo lugar la problemática que se presenta con la distorsión de la valoración por desconocimiento de la aplicación correcta del Acuerdo de Valoración del GATT, en tercer lugar la importancia que tiene la correcta aplicación, ya que es un acuerdo de carácter obligatorio que debe cumplir Venezuela, como país miembro y los efectos que ésta aplicación.

Barreto & Duarte (s/f), desarrollaron el trabajo de investigación denominado "Impacto de la Conexidad entre Valoración Aduanera y Precios de Transferencia. Caso Colombiano", de la Universidad de Colombia. Los autores, entre sus conclusiones, refieren lo siguiente: dada la doble atribución de valor de los bienes importados realizado por empresas vinculadas a los efectos del impuesto sobre la renta y los impuestos aduaneros, lo que parece contradecir la cuestión de la "unidad de la administración su personalidad única", que requieren las mismas acciones sean coherentes con su propio. Estas diferencias dan lugar porque cada impuesto entidad obedece a una naturaleza diferente; cada evaluación se aplica igualmente por diferentes organismos.

2.2 Bases Teóricas

2.2.1 Comercio exterior

2.2.1.1 Definición

Cada país fabrica sus propios bienes y servicios, pero también escasea de algunos insumos y activos (humanos, naturales, financieros e industriales). Precisamente el intercambio que existe entre dos naciones al exportar (vender), e importar (comprar) sus productos es lo que se denomina "Comercio exterior". Ni los países más ricos son autosuficientes por sí mismos, por ende, la idea es que cada uno de ellos pueda ofrecerle al otro lo que no posee o aquello de lo que carece, y viceversa, generando a su vez el bienestar y supervivencia de la población. La comercialización entre los países se logra promoviendo acuerdos de cooperación entre las partes, llevando a cabo reuniones frecuentes entre los diplomáticos de las regiones, intercambiando conocimientos mutuos. Las empresas de cada país deben impulsar las relaciones comerciales y suscribir proyectos enmarcados en el bien de la comunidad (Zapata, 2013).

De acuerdo a Zacarías& Martínez (2008), refieren que en el mundo real, existe gran número de bienes, pero también hay restricciones por el transporte, por los costos de intercambio, las volatilidades cambiarias, los rendimientos marginales decrecientes de la especialización y la tecnología y los cambios dinámicos. Son aspectos que han cuestionado la teoría no exclusivamente de las ventajas comparativas, sino de las expectativas de mercados

ilimitados (Dornbusch, S Fischer y Samuelson 1977), argumentos consolidados en los postulados de la “nueva teoría del comercio” la cual estipula que los rendimientos decrecientes de la especialización se genera por las economías de escala”. Es decir si queremos beneficiarnos por nuestra especialización en este modelo de libre mercado, es necesario gestionar nuestras operaciones en grandes cantidades.

La integración de la especialización y la producción a gran escala con bajos costos y oferta diversificada, denominándose la teoría de la “nueva geografía` económica. Antes del gran crecimiento del comercio internacional ya se gestaba que la mejor forma de competir era mejorando la especialización, producción a escala, bajos costos y oferta diversificada, que en la mayoría de casos se traducirá en productos que satisfagan las necesidades de los consumidores a precios cada vez más competitivos. Ya que toda mejora en la gestión de los elementos citados, deberá reflejarse en un mejor producto o servicio a un mejor precio.

En estas últimas décadas somos testigos de la gran migración de un parte considerable de la industria mundial a la República de China, este país mantiene una estrategia permanente al ofrecer las condiciones necesarias a las empresas, para una producción a escala y a bajo costo, a fin de ser más atractiva para las industrias del planeta, muchas empresas lograron mayor beneficio por la producción en este país, por encima de los costos logístico necesarios para suponer su traslado hasta ese país.

Conceptos simples como: especialidad, competitividad, precios, que aún podemos reconocer como parte del problema, en algunos casos, o como parte de la solución de otras empresas.

Actualmente, no es suficiente mejorar la forma de elaborar las mercancías, sino también, la forma de gestionar toda la cadena logística, de esta manera generar mayor ventaja competitiva frente a otras empresas, a fin de ganar un posicionamiento en el tanpreciado mercado, con mejores productos a mejores precios.

Según Zapata (2013), cada país fabrica sus propios bienes y servicios, pero también escasea de algunos insumos y activos (humanos, naturales, financieros e industriales). Precisamente el intercambio que existe entre dos naciones al exportar (vender), e importar (comprar) sus productos es lo que llamamos "comercio exterior". Ni los países más ricos son autosuficientes por sí mismos, por ende, la idea es que cada uno de ellos pueda ofrecerle al otro lo que no posee o aquello de lo que carece, y viceversa, generando a su vez el bienestar y supervivencia de la población. La comercialización entre los países se logra promoviendo acuerdos de cooperación entre las partes, llevando a cabo reuniones frecuentes entre los diplomáticos de las regiones, intercambiando conocimientos mutuos. Las empresas de cada país deben impulsar las relaciones comerciales y suscribir proyectos enmarcados en el bien de la comunidad.

El Comercio Exterior se define como el intercambio de bienes y servicios entre dos bloques o regiones económicas. Como por ejemplo el intercambio de bienes y servicios entre la Unión Europea y Centroamérica. Las economías que participan de éste se denominan abiertas. Este proceso de apertura externa se produce fundamentalmente en la segunda mitad del siglo XX, y de forma espectacular en la década de los 90s al incorporarse las economías latinoamericanas y de Estados Unidos. Se diferencia el comercio internacional de bienes, mercancías, visible o tangible y el comercio internacional de servicios invisible o intangible. Los movimientos internacionales de factores productivos y, en particular, del capital, no forman parte del comercio internacional aunque sí influyen en este a través de las exportaciones e importaciones ya que afectan en el tipo de cambio. El intercambio internacional es también una rama de la economía. Tradicionalmente, el comercio internacional es justificado dentro de la economía por la teoría de la ventaja comparativa o por la mayor existencia de productos o bienes intercambiados tendientes a incrementar la oferta en el mercado local.

2.2.1.2 El comercio exterior en Perú

Entre 1974 y 2014 el comercio exterior ha tenido un comportamiento errático, entre los años setenta, disminuyó su importancia en relación al nivel de actividad económica del país, a principios de los ochenta hubo un incremento en el tamaño del comercio exterior y a principios de los años noventa una nueva y significativa caída; finalmente, en la primera década del 2000, se ha venido consolidando el crecimiento del sector con una

perspectiva de largo crecimiento, finalmente se observa una estancamiento y caída del comercio exterior con respecto al PBI debido a la disminución del precio de los minerales y la crisis mundial.

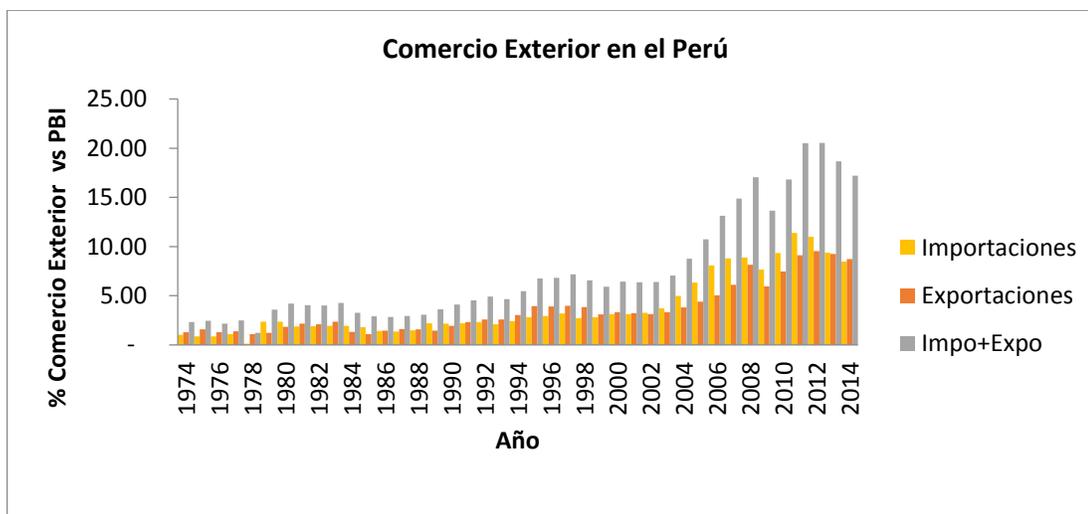


Figura N° 1 Importaciones y exportaciones en razón al PBI Perú
Fuente: Banco Mundial (2015)

2.2.1.3 Comercio Exterior en Bolivia, Chile, Ecuador y Colombia.

La participación de los países vecinos, denotan una mayor participación de sus sectores productivos en el comercio exterior, superando considerablemente las cifras de importaciones y exportaciones en relación al Producto Bruto Interno de cada país, tal como se aprecia en la Tabla 1.

Tabla 1. Comercio exterior en Bolivia, Chile, Ecuador y Colombia

		2010	2011	2012	2013	2014
Bolivia	M		34.3	38.4	37.9	37.2
	X		41.2	44.1	47.3	44.2
Chile	M	31.7	34.9	34.5	33.1	32.3
	X	38.1	38.1	34.3	32.4	33.8
Ecuador	M	32.4	33.4	31.7	31.6	30.7
	X	27.9	31.1	30	29.2	28.4
Colombia	M	17.8	19.9	20	20.2	21.5
	X	15.9	18.7	18.3	17.6	16

Fuente: Elaboración propia, extraído del Banco Mundial (2015)

2.2.1.4 Políticas de protección, barreras arancelarias

Las barreras arancelarias son los medios de protección que usan los países para proteger su industria y mercado frente a las mercancías extranjeras importadas, mediante la fijación y aplicación de tasas arancelarias, afín de incrementar el valor de las mercancías en nuestro mercado y de esta manera restarles competitividad frente a las mercancías locales (Escalante, 1986).

Tal como lo define Cornejo (2013) indica que a los mercantilistas a quienes se les atribuye la idea de utilizar los derechos de aduana para dificultar la entrada de productos extranjeros y desarrollar la industria nacional, a lo que se denomina el “proteccionismo”, Fueron los mercantilistas los que asesoraron a Cromwell en Inglaterra, Colbert en Francia, que fueron los primeros hombres de Estado que crearon un verdadero y completo sistema proteccionista.

Así como existen barreras para la importación de mercancías, también existen subsidios en las exportaciones, con el fin de disminuir su precio de las mercancías nacionales en mercados extranjeros, de esta manera los Estado intervinientes buscan aportar a la competitividad de las mercancías producidas en sus países.

Zacarias & Martinez (2008), puntualizaron que las barreras de entrada a las importaciones como los aranceles, y los subsidios de los gobiernos a las exportaciones, hacen que exista mayores ventajas para los países que aplican este tipo de mecanismos proteccionistas, así que el comercio no siempre es benéfico para ambas partes; la tendencia actual del comercio internacional, impulsado por la Organización Mundial de Comercio “OMC”, es la de eliminar los subsidios y las barreras arancelarias, en busca de un comercio cada vez más libre y justo, estableciendo que los países miembros de la OMC, fijen sus políticas en razón a los principios de: No discriminación, ser más abiertos, ser previsible y transparente, ser más competitivo, ser más beneficioso para los países en desarrollo y Proteger el medio ambiente.

Es así justamente que los países miembros de la OMC mediante los diversos Acuerdos Comerciales negociados y suscritos, están disminuyendo cada vez más las barreras arancelarias y políticas desleales de comercio; en consideración también, a que no es posible ejercer del debido y efectivo control, ya que ante la mayor intervención de los Estados y excesivo proteccionismo, de igual manera, se incrementa las modalidades

para evadirlas o regular las medidas contra la competencia desleal.

Aduana (1862) indicó que las prohibiciones absolutas o los derechos de intención sostenidos a demasiada altura, que son casi el equivalente de la prohibición, a presencia de las imperiosas leyes de la necesidad, han franqueado indefectiblemente secretas puertas al fraude que no sabe respetar los obstáculos cuando está de por medio el interés: cuando más alto levantéis las barreras, ha dicho a este respecto un célebre economista, más fácil será que las salven pasando por debajo de ellas.

Los sistemas económicos y las políticas de comercio exterior han cambiado en las últimas décadas, ante la irresistible participación en el mercado de libre comercio, los Estados ejercer solo los controles necesarios a la importación y exportación, cuidando de no sobrepasar el límite de obstaculizar el flujo de mercancías del comercio internacional>(Franco, 2012).

La participación de los Estados en aras del desarrollo del comercio internacional, debe ser el de incentivar a sus industrias la producción para la mayor participación el mercado internacional, buscando el desarrollo sostenible y la distribución adecuada de los beneficios que el comercio internacional supone, dotando a su población de un entorno adecuado que permita el crecimiento ordenado, seguro y justo.

2.2.2 Sistema Aduanero

2.2.2.1 Definición

La Aduana es la unidad administrativa competente para la realización de las formalidades aduaneras así como los locales y otros emplazamientos habilitados a este efecto por las autoridades competente”. Dado que, como se ha visto en la definición respectiva transcrita, las aduanas ante todo aplica la legislación aduanera,(...)” Los elementos relacionados con la aplicación de los derechos e impuestos a la importación y a la exportación (Franco, 2012). Por tanto, el sistema aduanero es el conjunto de métodos, técnicas procedimientos y normas, que involucran la gestión aduanera.

2.2.2.2 Control Aduanero

La función esencial de la aduana es el control de ingreso y salida de mercancías, medios de transporte y personas, en el Glosario de Términos Aduaneros Internacionales de la OMA se define al Control de la Aduana como, “el conjunto de medida adoptadas para asegurar el cumplimiento de las leyes y reglamentos que la aduana está encargada de aplicar” , el ejercicio de este control todas las aduanas del mundo, tanto pertenezcan a Estados que en materia de políticas de comercio exterior pueden calificarse como liberales o proteccionistas, es inconcebible que uno dejen de controlar lo que entra o sale de su territorio, pues lo que está en juego es el orden público, como la moral y la salud pública, la seguridad nacional, etc. (Hidalgo, 2007).

2.2.2.3 La Valoración de mercancías en el comercio exterior

El comercio internacional definida como el intercambio de bienes y servicios de un país a otro, aún mantiene esa dificultad, además considerando la gran cantidad, variedad y mercados donde ahora se intercambiar las mercancías; sin embargo, el mundo globalizado plantea diversas alternativas, tomando en cuenta la mayor información que se cuenta para decidir el valor de las mercancías (Escalante, 1986).

a) Valoración Aduanera

En las operaciones de comercio internacional una de las principales actividades que ejerce el Estado a través de sus Aduanas es el control, entre ellas, el de valor de las mercancías importadas.

El artículo 8° de la Decisión 574 de la comisión de la Comunidad Andina establece que el control durante el despacho tendrá lugar mediante actuaciones de la administración aduanera sobre la mercancía, sobre la declaración y, en su caso, sobre toda la documentación aduanera exigible e incluye la totalidad de prácticas comprendidas en el reconocimiento, comprobación y aforo. Las autoridades aduaneras podrá aplicar a los Documentos únicos Aduaneros presentados para el despacho de mercancías acogidas a los diferentes regímenes aduaneros, un control selectivo basado en criterios de gestión del riesgo, de acuerdo con lo establecido en los artículos 24 y 25 de esta Decisión y sus normas reglamentarias. La participación de las Aduanas en cumplimiento de sus funciones y en ejercicio de su potestad, contribuye al crecimiento y desarrollo del comercio internacional,

contralando el debido cumplimiento de la Legislación aduanera en el ingreso y salida de mercancías, las medidas de protección, salvaguardando en todo momento la salud, industria, comercio, economía y seguridad de la población (Barreto, Buitrago, s/f).

De acuerdo a la definición establecida en el Artículo 3 de la Decisión 778, Régimen Andino sobre Control Aduanero, se entiende por control aduanero al conjunto de medidas aportadas por la Administración Aduanera con el objeto de asegurar el cumplimiento de la legislación aduanera o de cualquiera otras disposiciones cuya aplicación o ejecución es de competencia o responsabilidad de aduanas (Inzam, 2013).

2.2.2.4 Las Importaciones

El término importación deriva del significado conceptual de introducir bienes y servicios en el puerto de un país. El comprador de dichos bienes y servicios se conoce como "importador", que tiene su sede en el país de importación, mientras que el vendedor con base en el extranjero se conoce como "exportador". En otras palabras, una importación es cualquier bien (por ejemplo, materias primas) o servicio traído de un país extranjero de una forma legítima por lo general para su uso comercial. Las mercancías o servicios de importación son proporcionados a los consumidores nacionales por los productores extranjeros. Una importación en el país receptor es una exportación en el país de origen (Olivetto, 2008).

Las importaciones, junto con las exportaciones, son la base del comercio internacional. La importación de bienes

normalmente requiere la participación de las aduanas, tanto en el país de importación como en el país de exportación y son a menudo sujetos a cuotas de importación, aranceles y acuerdos comerciales. Las variables macroeconómicas referidas como "importaciones" normalmente representan el valor económico del conjunto de bienes y servicios importados en su conjunto durante un determinado período de tiempo, generalmente un año. La importación consiste, por tanto, en transacciones de bienes y servicios desde un país extranjero a nuestro país, pero no tienen por qué ser vendidos por otro país y comprados por nuestro país pues además de la compra/venta incluye trueques, regalos o donaciones. La definición exacta de las importaciones en las cuentas nacionales incluye algunas delimitaciones a estas transacciones para considerarlas o no como una importación. Una delimitación general de las importaciones en las cuentas nacionales es la siguiente:

- a) Una importación de un bien se produce cuando hay un cambio de propiedad de un no residente a un residente, lo que no implica necesariamente que el bien en cuestión cruce físicamente la frontera. En algunos casos específicos de las cuentas nacionales se imputan cambios de propiedad aunque en términos legales no haya ese cambio de propiedad (por ejemplo, arrendamiento financiero transfronterizo, entregas transfronterizas entre filiales de la misma empresa. Los bienes de contrabando también se deben incluir en las medidas de las importaciones.
- b) Las importaciones de servicios comprenden todos los servicios prestados por no residentes a residentes. En las cuentas nacionales las compras directas de los residentes fuera

del territorio económico de un país se registran como importación de servicios, por lo tanto todos los gastos de los turistas en el territorio económico de otro país se consideran como parte de las importaciones de servicios. También los flujos internacionales de servicios ilegales deben ser incluidos. Las estadísticas básicas del comercio a menudo difieren en cuanto a la definición y la cobertura de las importaciones en las cuentas nacionales:

- Los datos sobre comercio internacional de mercancías son en su mayoría obtenidas a través de declaraciones de los servicios de estadística nacionales. Si un país aplica el sistema general de comercio todas las mercancías que entren en el país se registran como importaciones. Si se aplica un sistema especial de comercio puede que el flujo desde algunos países no se registren como importaciones (por ejemplo, estadísticas de comercio extra-comunitarias en la Unión Europea).
- Un caso especial es la estadística del comercio entre países de la Unión Europea. Dado que las mercancías se mueven libremente entre los Estados miembros de la UE sin controles aduaneros, las estadísticas sobre el comercio de mercancías entre los Estados miembros deben ser obtenidos mediante encuestas. Para reducir la carga estadística de los encuestados los comerciantes a pequeña escala están excluidos de la obligación de informar.
- El registro estadístico del comercio de servicios se basa en las declaraciones de los bancos a sus Bancos Centrales o por las encuestas de los principales operadores. En una economía globalizada, donde los servicios pueden ser prestados por medios electrónicos (Internet) los flujos internacionales de servicios son difíciles de identificar.

- Las estadísticas básicas sobre el comercio internacional no suelen registrar los bienes objeto de tráfico ilegal o los flujos internacionales de servicios ilegales. Una pequeña fracción de los productos de contrabando y servicios ilegales, sin embargo, pueden ser incluidos en las estadísticas comerciales oficiales a través de envíos simulados o declaraciones ficticias que sirven para ocultar el carácter ilegal de las actividades.

2.2.3 Regulación del comercio internacional: del GATT a la OMC

Tradicionalmente, el comercio era regulado mediante acuerdos bilaterales entre dos países. Bajo la creencia en el Mercantilismo, por muchos siglos los países imponían altos aranceles y otras restricciones severas al comercio internacional. En el siglo XIX, especialmente en Gran Bretaña, la creencia en el libre comercio tomó fuerza y esta perspectiva ha dominado el cálculo político entre los países occidentales hasta la actualidad. Desde el final de la segunda Guerra Mundial, varios tratados multilaterales han intentado crear una estructura global de regulación comercial (Ordóñez, 2009).

La mayoría de los países comunistas y socialistas creen en la autarquía, la cual supone la ausencia completa de comercio internacional y la satisfacción de las necesidades económicas mediante la autosuficiencia. A pesar de estas creencias, todos los países se involucran en algún tipo de comercio internacional, ya que es muy difícil para un solo país satisfacer todas sus necesidades económicas (Millet, 2001).

Se han utilizado varios instrumentos para manipular el comercio internacional. Estos incluyen el arancel, las salvaguardias, las cuotas de exportación e importación y las barreras no arancelarias. Un componente esencial del comercio internacional es el transporte internacional de mercancías. Las condiciones y términos del mismo están regulados por los Incoterms (Olivetto, 2008).

2.2.4 Organización Mundial del Comercio

Según Montilla (2007), para contar la historia de la formación de la Organización Mundial del Comercio, debemos remontarnos a 1944 aún antes de finalizada la Segunda Guerra Mundial, a las reuniones de Bretton Woods, donde se acordó un sistema monetario, y surgieron el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial. En aquel momento se propuso además, la creación de una tercera institución que se ocuparía de la esfera del comercio en la cooperación económica internacional, la Organización Internacional del Comercio (OIC), pero este proyecto no fue concretado y fue reemplazado por un acuerdo general sobre las tarifas y el comercio, conocido por su sigla en inglés como GATT (“General Agreement on Tariffs and Trade”). El GATT tuvo vigencia desde 1948 hasta 1995 cuando por fin tuvo lugar el nacimiento de la Organización Mundial del Comercio.

2.2.5 Marco Legal sobre la gestión aduanera

- Acuerdo relativo a la Aplicación del Artículo VII del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio de 1994, aprobado por Resolución Legislativa N° 26407, publicado el 18 de diciembre de 1994.

- Decisión 379 de la Comunidad Andina “Declaración Andina del Valor”, publicada en la Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena N° 183 del 27 de junio de 1995.
- Decisión 571 de la Comunidad Andina “Valor en aduana de las mercancías importadas”, publicada en la Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena N° 1023 del 15 de diciembre de 2003.
- Resolución 1684, Reglamento Comunitario de la Decisión 571, publicada en la Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena el 23 de mayo del 2014.
- Resolución 961, “Procedimiento de los Casos Especiales de Valoración Aduanera”, publicada en la Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena N° 1248 del 10 de octubre de 2005.
- Resolución 1112, “Adopción de la Declaración Andina del Valor”, publicada en la Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena N° 1517 del 06 de julio de 2007.
- Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Ley N° 27444, publicado el 11 de abril de 2001 y normas modificatorias.
- Ley de los Delitos Aduaneros, Ley N° 28008 publicado el 19.6.03 y su Reglamento, aprobado por Decreto Supremo N° 121-03-EF, publicado el 27 de agosto de 2003 y normas modificatorias.
- Ley General de Aduanas aprobado por Decreto Legislativo N° 1053, publicado el 27 de junio de 2008 y norma modificatoria.

- Texto Único Ordenado del Código Tributario, aprobado por Decreto Supremo N° 135-99-EF, publicado el 19 de agosto de 1999 y normas modificatorias.
- Reglamento de la Ley General de Aduanas, aprobado por Decreto Supremo N° 010-2009-EF, publicado el 16 de enero de 2009 y norma modificatoria.
- Reglamento de Organización y Funciones de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, aprobado por Decreto Supremo N° 115-2002-PCM, publicado el 28 de octubre de 2002 y normas modificatorias.
- Tabla de sanciones aplicables a las infracciones previstas en la Ley General de Aduanas, aprobada por Decreto Supremo N° 031-2009-EF, publicado el 11 de febrero de 2009.
- Decreto Supremo N° 186-99-EF que aprueba el Reglamento para la valoración de mercancías según el Acuerdo sobre Valoración en Aduana de la OMC e incorpora las Decisiones del Comité de Valoración Aduanera de la Organización Mundial del Comercio (OMC) y los Instrumentos del Comité Técnico de Valoración en Aduana (Bruselas), publicado el 29 de diciembre de 1999 y normas modificatorias.
- Decreto Supremo N° 098-2002-EF que establece medidas para el tratamiento de mercancías consideradas como sensibles al fraude por concepto de valoración, publicado el 12 de junio de 2002 y normas modificatorias,
- Decreto Supremo N° 009-2004-EF que establece disposiciones relativas a la aplicación del Acuerdo sobre Valoración en Aduana de la OMC, publicado el 21 de enero de 2004.

- Decreto Supremo N° 193-2005-EF que establece las medidas de facilitación para el control del valor en aduana declarado por los importadores frecuentes, publicado el 31 de diciembre de .2005.
- Decreto Supremo N° 004-2009-EF que establece disposiciones respecto al cobro de los derechos arancelarios para productos digitales y la determinación del valor en aduana para medios portadores, publicado el 13 de enero de 2009.
- Resolución de Intendencia Nacional N° 000-ADT/2000-000750 que aprueba el Formato e Instructivo de la “Declaración Única de Aduanas”, publicada el 22 de marzo de 2000.
- Resolución de Intendencia Nacional N° 000-ADT/2002-000123 que aprueba la Tabla de Porcentajes Promedio de Seguro; publicada el 31 de enero de 2002 y modificatoria.

2.2.6 Competitividad

2.2.6.1 Definición

De acuerdo a Porter (1998), la competitividad es sinónimo del desempeño de rentabilidad de una empresa en el largo plazo y de su capacidad para remunerar a sus empleados y generar un gran rendimiento para sus propietarios.” Informe de la comisión especial de la Cámara de los Lores sobre comercio Internacional (1985). La productividad nacional es el único concepto válido de competitividad a nivel nacional.

La competitividad puede ser entendida a tres niveles: a) empresas, b) industrias (o sectores) y c) un país o una región. A continuación, se muestra en el cuadro siguiente:

2.2.6.2 Factores que afectan a la competitividad según IICA

Factores controlables por la empresa

Se considera a las estrategias, productos, tecnología, capacitación, investigación y desarrollo, costos, alianzas estratégicas y encadenamiento (Jaffe, 1993).

Factores controlables por el Gobierno

Se considera el entorno económico, tasa de cambio e interés, impuestos, salario base, política comercial, aranceles, cuota, acuerdos, regulaciones, política de investigación y desarrollo, política de educación y capacitación y alianzas estratégicas (Jaffe, 1993).

Factores difícilmente controlables

Son los precios internacionales, condiciones de la demanda. Impactos que afectan la equidad. Impactos que afectan al ambiente (Jaffe, 1993).

2.2.6.3 Medición de la competitividad

La medición de la competitividad implica la determinación de los componentes o factores que la generan y el grado de impacto de los mismos. Así como existe una gran cantidad de definiciones para este término, también la hay de metodologías

que buscan medir determinados elementos de la competitividad, basándose en diferentes factores condicionantes.

Por otro lado, la FAO (1994) estima que el desempeño competitivo de una empresa, industria o nación se ve condicionado por la conjugación de diversos factores: internos a la empresa, sectoriales, sistémicos y de desarrollo microeconómico. A continuación se detalla a continuación:

a) Factores internos a la empresa

Son los que aparecen bajo su ámbito de decisión y por medio de los cuales la empresa procura distinguirse de sus competidores. Entre ellos destacan: capacidad tecnológica y productiva, calidad de los recursos humanos, conocimiento del mercado y la capacidad de adecuarse a sus especificidades, relaciones privilegiadas con los clientes y con los abastecedores de insumos, materias primas y bienes de capital.

b) Factores sectoriales

Si bien no son totalmente manejados por la empresa, están parcialmente en su área de influencia. Involucran el contexto decisional de las empresas y los productores, el cual es fundamental para la definición de las estrategias competitivas. Entre ellos destacan: mercados de alimentos y exigencias tecnológicas y organizacionales. Fortalecimiento de las redes cooperativas horizontales. La cooperación vertical para optimizar capacidades tecnológicas y organizacionales. La promoción de la competencia.

c) Factores sistémicos

Constituyen elementos externos a la empresa productiva; afectan el entorno donde se desarrolla y pueden tener importancia variable en la definición del ambiente competitivo y en las posibilidades para construir estrategias de competitividad por parte de las empresas. Entre ellos destacan: " acceso al financiamiento " la infraestructura tecnológica e institucional

d) Los factores de desarrollo microeconómico

A partir de los cambios tecnológicos emergentes surge un nuevo formato organizacional, que compatibiliza grandes escalas de producción con el potencial de diversificación y sofisticación de productos. Este formato conlleva la descentralización de las decisiones y una creciente participación de la fuerza laboral en las decisiones y ganancias de la empresa, al tiempo que permea las relaciones en y entre las empresas. Algunos de estos factores son: " la capacitación y gestión tecnológica de las empresas " los nuevos esquemas organizacionales " estrategias de ventas y de relaciones con abastecedores " recursos humanos.

2.2.6.4 Medición de la competitividad a nivel de empresas

A nivel de empresa está asociada con rentabilidad, productividad, costos, valor agregado, participación de mercado, exportaciones, innovación tecnológica, calidad de los productos, entre otros (McFetridge, 1995).

- En la literatura económica, se usa a menudo la productividad como el mejor indicador para estimar competitividad.

- La productividad se define como la tasa de un volumen de medida del producto con relación a un volumen de medida de uso de factores productivos

Se puede hacer referencia a:

- Productividad de la mano de obra
- Productividad del capital
- Productividad total de factores

- La productividad refleja la incorporación de tecnología (proceso y producto), la mejora de la calidad, la introducción de bienes de capital, la eficiencia productiva, etc.
- Los cambios en productividad son un mejor indicador de competitividad.

2.2.6.5 Componentes de la competitividad

a) Costos

La palabra costo tiene dos acepciones básicas: La primera puede significar la suma de esfuerzos y recursos que se han invertido para producir algo; así, por ejemplo, se dice “su examen le costó dos días de estudio”, lo que significa que utilizó dos días para poder presentarlo. La segunda acepción se refiere a lo que se sacrifica o se desplaza en lugar de la cosa elegida; en este caso, el costo de una cosa equivale a lo que se renuncia o sacrifica con el objeto de obtenerla, así por ejemplo: “su examen le costó no ir a la fiesta”, quiere expresar que el precio del examen fue no haberse divertido. El primer concepto, aun cuando no se aplicó al aspecto fabril, expresa los factores técnicos e intelectuales de la producción o elaboración, y el

segundo manifiesta las consecuencias obtenidas por la alternativa elegida (Del Río, 2003).

b) Valor agregado

El valor agregado, o valor añadido como también se le conoce, es una opinión compartida que puede variar en diferentes contextos sociales, económicos, políticos y filosóficos" Taylor plantea que "existe un notable incremento del énfasis en la preparación y desarrollo de productos especializados con valor añadido, es decir, de aquellos que se elaboran en correspondencia entre estos y los atributos (requerimientos) de las necesidades.

c) Innovación tecnológica

La palabra Innovación aparece continuamente como sinónimo de progreso, de desarrollo tecnológico, de creación de empleo, de mejora de las condiciones de vida. Se habla de innovación en los ámbitos económicos (la innovación tecnológica en las empresas) y sociales (sanidad, ocio, condiciones laborales, transportes, etc.).

d) Productividad

La productividad refleja la incorporación de tecnología (proceso y producto), la mejora de la calidad, la introducción de bienes de capital, la eficiencia productiva, etc. Los cambios en productividad son un mejor indicador de competitividad.

2.3 Definiciones operacionales

Entorno Aduanero

Medio ambiente en el cual se desarrollan sus actividades y se interactúa con los diversos agentes económicos.

Facilitación del Comercio Exterior

La Supresión progresiva de obstáculos al movimiento transfronterizo de mercancías, acompañado de acciones, iniciativas y políticas que permiten reducir los costos de colocar la oferta exportable en los mercados globales y/o reducir el costo de ingreso de mercancías a nuestro mercado. Flujo de comercio exterior Movimiento en cantidad y valor de Importaciones y Exportaciones de un país con respecto al resto del mundo.

Gestión Aduanera

Conjunto de procesos que se ejecutan para realizar operaciones comerciales (importación y exportación) donde interactúan importadores, exportadores, agentes de aduanas, consignatarios, etc.; para lograr un despacho más rápido y ágil de la mercancía que fluye por la Aduana, evitando tiempos de espera innecesarios, para alcanzar intercambio de documentos e información eficaz y un mayor control de la mercancía.

Infraestructura

Comprende el conjunto de activos físicos que contribuyen a la realización de la actividad aduanera en forma eficaz y eficiente. Por ejemplo equipos, vehículos, edificaciones, tecnología, comunicaciones

Legislación Aduanera:

Conjunto de disposiciones legales y reglamentarias concernientes a la importación, exportación y demás destinaciones aduaneras de mercancías que la Aduana está expresamente encargada de aplicar, y las reglamentaciones eventuales dictadas por la Aduana en virtud de atribuciones que le han sido otorgadas por ley.

Liberalización comercial

Proceso de reducción gradual de las restricciones comerciales arancelarias y no arancelarias; a través de ella se busca eliminar, o reducir, políticas que distorsionan el sistema de precios de un país y afectan negativamente la eficiencia en la asignación de recursos y su productividad y, en consecuencia, el crecimiento económico y el bienestar.

Libertad de comercio internacional

Es una medida compuesta de ausencia de las barreras arancelarias y no arancelarias que afectan a las importaciones y exportaciones de bienes y servicios.

Operadores de Comercio Exterior

Despachadores de Aduana, conductores de recintos aduaneros autorizados, transportistas, concesionarios del servicio postal, dueños, consignatarios, y en general cualquier persona natural y/o jurídica interviniente o beneficiaria, por sí o por otro, en operaciones o regímenes aduaneros previstos en la Ley, sin excepción alguna.

Regulaciones

Es el ordenamiento jurídico ó marco legal, orientad por del comercio exterior, donde se establece las formas de ejercer las relaciones entre el estado y los agentes económicos, lo que se reflejará necesariamente en procedimientos administrativos y trámites

Sobrecosto

Son los trámites que conllevan costos en tiempo y dinero no justificados que no representan beneficio alguno para el interesado o la sociedad; o cuando la administración aduanera se dedica a procesar trámites innecesarios, se desperdician recursos y con ello, se reduce la productividad del país. Trámites burocráticos complejos, muchas veces irracionales, innecesarios y poco predecibles que imponen exigencias y formalidades arbitrarias que no tienen relación o utilidad alguna para el objetivo supuestamente buscado por el trámite.

Simplificación aduanera

Conjunto de principios, normas y prácticas que buscan hacer más sencilla, transparente y lo menos costosa posible la relación entre la aduana y los operadores de comercio exterior. Simple y transparente para el particular, a quien no le debe resultar difícil entender y cumplir sus obligaciones con la aduana. Pero también para la aduana, que debe tener claramente definidas sus funciones y procedimientos, diseñados con el único fin de servir a sus clientes.

CAPÍTULO III

ELABORACIÓN DE LA HIPÓTESIS, VARIABLES Y DEFINICIONES

3.1 Hipótesis

3.1.1 Hipótesis general

La aplicación de las herramientas técnicas de valoración aduanera esta correlacionado con el nivel de competitividad empresarial en las MYPES, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014. .

3.1.2 Hipótesis específicos

- a) La aplicación del primer método de valoración aduanera OMC esta correlacionado con el nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014.
- b) La aplicación del segundo método de valoración aduanera OMC esta correlacionado con el nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014.
- c) La aplicación del tercer método de valoración aduanera OMC esta correlacionado con en el nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014.
- d) La aplicación del cuarto método de valoración aduanera OMC esta correlacionado con el nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014.

3.2 Variables

Identificación de variables

Variable Independiente

X= Aplicación de herramientas técnicas de valoración aduanera

X₁: Aplicación del primer método de valoración aduanera OMC

X₂: Aplicación del segundo método de valoración aduanera OMC

X₃: Aplicación del tercer método de valoración aduanera OMC

X₄: Aplicación del cuarto método de valoración aduanera OMC

Variable Dependiente

Y = Nivel de competitividad

Y₁: Costos

Y₂: Valor agregado

Y₃: Productividad

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación es básica, debido a que se utilizó las teorías para construir el conocimiento, en este caso la aplicación de las herramientas técnicas de valoración aduanera y nivel competitividad empresarial.

4.2 NIVEL DE INVESTIGACIÓN

El nivel de esta investigación estuvo basado en una descripción y correlacional entre variables de la unidad de análisis que está se está por investigar; ya que los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis.

4.3 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación utiliza un diseño no experimental, esto debido a que la investigación no experimental o ex-post-facto es cualquier investigación en la que resulta imposible manipular variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o a las condiciones. De hecho, no hay condiciones o estímulos a los cuales se expongan los sujetos del estudio. Los sujetos son observados en su ambiente natural, en su realidad.

4.4 POBLACIÓN Y MUESTRA DE ESTUDIO

4.4.1 Población

La población estuvo constituida por los gerentes de las MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos, rubro venta de electrodomésticos, del Centro Comercial Federico Barreto, siendo un total de 122.

4.4.2 Muestra

Para el presente trabajo de investigación, se utilizó una muestra no probabilística, siendo un total de 93 gerentes de las MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos, rubro venta de electrodomésticos.

$$n = \frac{NZ^2pq}{(N-1)E^2 + Z^2pq}$$

Cálculo de la muestra

Descripción:

N= población: 122

Z= Confianza Estadística 95%: 1,96

P=q probabilidad éxito/fracaso: 0,5

E= margen de error: 0,05

$$n = \frac{(122)(1.96)^2(0,5*0,5)}{(122-1)(0,05)^2 + (1,96)^2(0,5+0,5)}$$

$$(122-1)(0,05)^2 + (1,96)^2(0,5+0,5)$$

n = 93

4.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

4.5.1 Técnicas de investigación

Encuesta

Se utilizó la encuesta dirigido a los gerentes de las MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos, rubro venta de electrodomésticos, del Centro Comercial Federico Barreto, con la finalidad de evaluar la aplicación de las herramientas de valoración aduanera y el nivel de competitividad.

4.5.2 Instrumentos de recolección de datos

Cuestionario

Se utilizó el cuestionario dirigido a los gerentes de las MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos, del Centro Comercial Federico Barreto, con la finalidad de evaluar la aplicación de las herramientas de valoración aduanera y el nivel de competitividad.

CAPÍTULO V RESULTADOS

5.1 PRESENTACIÓN

En el presente capítulo se analizan los resultados obtenidos del proceso de recolección de información, mediante la estadística descriptiva, estableciéndose las frecuencias y porcentajes de éstos, exponiéndoles siguiendo el orden de presentación de las variables y sus indicadores. El análisis se desarrolla mediante la interpretación de las respuestas obtenidas en los cuestionarios aplicados, presentados por variables e indicadores, los mismos pueden ser observados en las tablas elaboradas para tal fin.

5.2 PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

5.2.1 ANÁLISIS DE TABLAS Y FIGURAS DE LAS VARIABLES

a) ANALISIS DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE: APLICACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS DE VALORACIÓN ADUANERA

Tabla 2
Aplicación de las herramientas valoración aduanera

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Eficaz	21	22,6
Poco eficaz	63	67,7
Ineficaz	9	9,7
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Análisis e interpretación

En la Tabla 2 se muestra el resultado del cuestionario Aplicación de las Herramientas.

Del 100% de los gerentes de las Mypes importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, el 22,6% refieren que es eficaz la Aplicación de las Herramientas. Asimismo, el 67.7% de los trabajadores encuestados manifiestan que es poco eficaz y un 9,7% manifiestan que es ineficaz.

En suma, la mayor parte de los gerentes de las Mypes importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto de la ciudad de Tacna refieren que la aplicación de las herramientas es poco eficaz, tal como se visualiza en la tabla 2.

DIMENSIÓN: PRIMER MÉTODO DE VALORACIÓN OMC

Tabla 3
Primer método de valoración OMC

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Eficaz	21	22,6
Poco eficaz	62	66,7
Ineficaz	10	10,7
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Análisis e interpretación

En la Tabla 2 se muestra el resultado del cuestionario Aplicación de las Herramientas, en su dimensión primer método de valoración OMC.

Del 100% de los gerentes de las Mypes importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, el 22,6% refieren que es eficaz el primer método de valoración OMC. Asimismo, el 66.7% de los trabajadores encuestados manifiestan que es poco eficaz y un 10,8% manifiestan que es ineficaz.

En suma, la mayor parte de los gerentes de las Mypes importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto refieren que el primer método de valoración OMC es poco eficaz, tal como se visualiza en la tabla 2.

DIMENSIÓN: SEGUNDO MÉTODO PROCESO DE VALORACIÓN OMC

Tabla 4
Segundo método proceso de valoración OMC

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Eficaz	21	22,6
Poco eficaz	65	69,9
Ineficaz	7	7,5
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Análisis e interpretación

En la Tabla 3 se muestra el resultado del cuestionario Aplicación de las Herramientas en su dimensión segundo método proceso de valoración OMC.

Del 100% de los gerentes de las Mypes importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, el 22,6% refieren que es eficaz el segundo método proceso de valoración OMC. Asimismo, el 69.9% de los trabajadores encuestados manifiestan que es poco eficaz y un 7,5% manifiestan que es ineficaz.

En suma, la mayor parte de los gerentes de las Mypes importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto refieren que el segundo método de valoración OMC es poco eficaz, tal como se visualiza en la tabla 3.

DIMENSIÓN: TERCER MÉTODO DE VALORACIÓN OMC

Tabla 5
Tercer método de valoración OMC

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Eficaz	20	21,5
Poco eficaz	62	66,7
Ineficaz	11	11,8
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Análisis e interpretación

En la Tabla 4 se muestra el resultado del cuestionario Aplicación de las Herramientas, en su dimensión tercer método de valoración OMC.

Del 100% de los gerentes de las Mypes importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, el 21,5% refieren que es eficaz el tercer método proceso de valoración OMC. Asimismo, el 66.7% de los trabajadores encuestados manifiestan que es poco eficaz y un 11,8% manifiestan que es ineficaz.

En suma, la mayor parte de los gerentes de las Mypes importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto refieren que el tercer método de valoración OMC es poco eficaz, tal como se visualiza en la tabla 4.

DIMENSIÓN: CUARTO MÉTODO DE VALORACIÓN OMC

Tabla 6
Cuarto método de valoración OMC

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Eficaz	19	20,4
Poco eficaz	63	67,8
Ineficaz	11	11,8
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Análisis e interpretación

En la Tabla 5 se muestra el resultado del cuestionario Aplicación de las Herramientas, en su dimensión cuarto método de valoración OMC.

Del 100% de los gerentes de las Mypes importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, el 20,4% refieren que es eficaz el cuarto método proceso de valoración OMC. Asimismo, el 67,7% de los trabajadores encuestados manifiestan que es poco eficaz y un 11,8% manifiestan que es ineficaz.

En suma, la mayor parte de los gerentes de las Mypes importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto refieren que el cuarto método de valoración OMC es poco eficaz, tal como se visualiza en la tabla 5.

COMPARACIÓN POR DIMENSIONES DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE: APLICACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS TÉCNICAS DE VALORACIÓN ADUANERA

Tabla 7

Comparación por dimensiones de la variable independiente

Categoría	Primer Método	Segundo Método	Tercer Método	Cuarto Método
Eficaz	22,6	22,6	21,5	20,4
Poco eficaz	66,7	69,9	66,7	67,8
Ineficaz	10,7	7,5	11,8	11,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Análisis e interpretación

Del 100% de los gerentes de las Mypes importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, refieren que la aplicación de las herramientas técnicas de valoración aduanera en sus cuatro métodos manifiesta en su gran mayoría que son poco eficaces.

ANALISIS POR ITEMS

1. Comprende el acuerdo de valor en aduanas de la OMC en sus importaciones, en cuanto al primer método de valoración

Tabla 8
Comprende el acuerdo de valor en Aduanas de la OMC
primer método

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	12	12,9
Poco de acuerdo	40	43,0
De acuerdo	25	26,9
Muy de acuerdo	16	17,2
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 12,9% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están en desacuerdo con respecto a si comprende el acuerdo de valor en Aduanas de la OMC primer método. Asimismo, el 43.0% de los trabajadores encuestados manifiestan que están poco de acuerdo, un 26,9% manifiestan que están de acuerdo y un 17,2% señalan que están muy de acuerdo.

2. Durante la negociación con su proveedor exige que la factura comercial cumpla con los requisitos establecidos en el acuerdo de valor de la OMC, en cuanto al primer método de valoración aduanera

Tabla 9
Se exige la factura comercial que cumpla los requisitos primer método valoración aduanera

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	5	5,4
Poco de acuerdo	53	57,0
De acuerdo	20	21,5
Muy de acuerdo	15	16,1
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 5,4% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están en desacuerdo con respecto a si se exige la factura comercial que cumpla los requisitos primer método de valoración aduanera. Asimismo, el 57.0% de los trabajadores encuestados manifiestan que están poco de acuerdo, un 21,5% manifiestan que están de acuerdo y un 16,1% señalan que están muy de acuerdo.

3. Utiliza contratos de compra-venta para cerrar sus negociaciones con su proveedor, en cuanto al primer método de valoración aduanera.

Tabla 10
Utiliza contratos de compra-venta para cerrar sus negociaciones primer método de valoración aduanera

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	3	3,2
Poco de acuerdo	53	57,0
De acuerdo	24	25,8
Muy de acuerdo	13	14,0
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 3,2% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están en desacuerdo con respecto a si se utiliza contratos de compra-venta para cerrar sus negociaciones primer método de valoración aduanera. Asimismo, el 57.0% de los trabajadores encuestados manifiestan que están poco de acuerdo, un 25,8% manifiestan que están de acuerdo y un 14,0% señalan que están muy de acuerdo.

4. Sustenta oportunamente del valor declarado ante una duda razonable

Tabla 11
Sustenta oportunamente del valor declarado primer método

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	5	5,4
Poco de acuerdo	48	51,6
De acuerdo	23	24,7
Muy de acuerdo	17	18,3
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 5,4% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están en desacuerdo con respecto a si se Sustenta oportunamente del valor declarado primer método. Asimismo, el 51.6% de los trabajadores encuestados manifiestan que están poco de acuerdo, un 24,7% manifiestan que están de acuerdo y un 18,3% señalan que están muy de acuerdo.

5. Comprende el proceso de Duda Razonable en el marco del acuerdo de valor en aduanas de la OMC, en cuanto al primer método de valoración aduanera

Tabla 12
Comprende el proceso de duda razonable primer método de valoración aduanera

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	4	4,3
Poco de acuerdo	40	43,0
De acuerdo	30	32,3
Muy de acuerdo	19	20,4
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 4,3% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están en desacuerdo con respecto a si Comprende el proceso de duda razonable primer método. Asimismo, el 43.0% de los trabajadores encuestados manifiestan que están poco de acuerdo, un 32,3% manifiestan que están de acuerdo y un 20,4% señalan que están muy de acuerdo.

6. Exige que la documentación comercial cuente con los requisitos legalmente establecidos, en cuanto al primer método de valoración aduanera

Tabla 13
exige que la documentación comercial cuente con los requisitos legalmente establecidos primer método

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Poco de acuerdo	52	55,9
De acuerdo	25	26,9
Muy de acuerdo	16	17,2
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 55,9% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están en desacuerdo con respecto a si exige que la documentación comercial cuente con los requisitos legalmente establecidos primer método. Asimismo, el 26.9% de los trabajadores encuestados manifiestan que están poco de acuerdo y un 17,2% señalan que están muy de acuerdo.

7. Utiliza medios y formas de pago pertinentes para el pago de sus proveedores en cuanto al primer método de valoración.

Tabla 14
Utiliza los medios y formas de pago pertinentes para el pago de sus proveedores primer método de valoración aduanera

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	6	6,5
Poco de acuerdo	44	47,3
De acuerdo	28	30,1
Muy de acuerdo	15	16,1
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 6,5% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están en desacuerdo con respecto a si Utiliza los medios y formas de pago pertinentes para el pago de sus proveedores primer método. Asimismo, el 47.3% de los trabajadores encuestados manifiestan que están poco de acuerdo, un 30,1% manifiestan que están de acuerdo y. Un 16,1% señalan que están muy de acuerdo.

8. Cuentan con referencias de valor de mercancías idénticas y/o similares para una eficiente y objetiva aplicación del primer método de Valoración de la OMC.

Tabla 15
Cuentan con referencias de valor de mercancías idénticas primer método

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	4	4,3
Poco de acuerdo	46	49,5
De acuerdo	32	34,4
Muy de acuerdo	11	11,8
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 4,3% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están en desacuerdo con respecto a si Cuentan con referencias de valor de mercancías idénticas primer método. Asimismo, el 49.5% de los trabajadores encuestados manifiestan que están poco de acuerdo, un 34,4% manifiestan que están de acuerdo y un 11,8% señalan que están muy de acuerdo.

9. Comprende el acuerdo de valor en aduanas de la OMC en sus importaciones, en cuanto al segundo método de valoración aduanera

Tabla 16
Comprende el acuerdo de valor en Aduanas de la OMC segundo método

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	12	12,9
Poco de acuerdo	37	39,8
De acuerdo	31	33,3
Muy de acuerdo	13	14,0
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 12,9% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están en desacuerdo con respecto a si Comprende el acuerdo de valor en Aduanas de la OMC segundo método. Asimismo, el 39.8% de los trabajadores encuestados manifiestan que están poco de acuerdo, un 33,3% manifiestan que están de acuerdo y un 14,0% señalan que están muy de acuerdo.

10. Durante la negociación con su proveedor exige que la factura comercial cumpla con los requisitos establecidos en el Acuerdo de valor de la OMC, en cuanto al segundo método de valoración aduanera

Tabla 17
Se exige la factura comercial que cumpla los requisitos segundo método

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	11	11,8
Poco de acuerdo	40	43,0
De acuerdo	26	28,0
Muy de acuerdo	16	17,2
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 11,8% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están en desacuerdo con respecto a si se exige la factura comercial que cumpla los requisitos segundo método. Asimismo, el 43.0% de los trabajadores encuestados manifiestan que están poco de acuerdo, un 28,0% manifiestan que están de acuerdo y un 17,2% señalan que están muy de acuerdo.

11. Utiliza contratos de compra-venta para cerrar sus negociaciones con su proveedor, en cuanto al segundo método de valoración aduanera.

Tabla 18
Utiliza contratos de compra-venta para cerrar sus negociaciones segundo método

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	4	4,3
Poco de acuerdo	54	58,1
De acuerdo	20	21,5
Muy de acuerdo	15	16,1
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 4,3% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están en desacuerdo con respecto a si se Utiliza contratos de compra-venta para cerrar sus negociaciones segundo método. Asimismo, el 58.1% de los trabajadores encuestados manifiestan que están poco de acuerdo, un 21,5% manifiestan que están de acuerdo y un 16,1% señalan que están muy de acuerdo.

12. Comprende el proceso de Duda Razonable en el marco del acuerdo de valor en aduanas de la OMC

Tabla 19
Sustenta oportunamente del valor declarado segundo método

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Poco de acuerdo	53	57,0
De acuerdo	27	29,0
Muy de acuerdo	13	14,0
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 57,0% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están en desacuerdo con respecto a si se sustenta oportunamente del valor declarado segundo método. Un 29,0% manifiestan que están de acuerdo y un 14,0% señalan que están muy de acuerdo.

13. Exige que la documentación comercial cuente con los requisitos legalmente establecidos, en cuanto al segundo método de valoración aduanera.

Tabla 20
Comprende el proceso de duda razonable
segundo método

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	2	2,2
Poco de acuerdo	47	50,5
De acuerdo	27	29,0
Muy de acuerdo	17	18,3
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 2,2% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están en desacuerdo con respecto a si se comprende el proceso de duda razonable segundo método. Asimismo, el 50.5% de los trabajadores encuestados manifiestan que están poco de acuerdo, un 29,0% manifiestan que están de acuerdo y un 18,3% señalan que están muy de acuerdo.

14. Utiliza medios y formas de pago pertinentes para el pago de sus proveedores en cuanto al segundo método de valoración aduanera

Tabla 21
Comprende el proceso de duda razonable segundo método de valoración aduanera

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	1	1,1
Poco de acuerdo	42	45,2
De acuerdo	31	33,3
Muy de acuerdo	19	20,4
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 1,1% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están en desacuerdo con respecto a si se comprende el proceso de duda razonable segundo método de valoración aduanera. Asimismo, el 45.2% de los trabajadores encuestados manifiestan que están poco de acuerdo, un 33,3% manifiestan que están de acuerdo y un 20,4% señalan que están muy de acuerdo.

15. Cuentan con referencias de valor de mercancías idénticas y/o similares para una eficiente y objetiva aplicación del segundo método de Valoración de la OMC.

Tabla 22

Utiliza los medios y formas de pago pertinentes para el pago de sus proveedores segundo método

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Poco de acuerdo	51	54,8
De acuerdo	26	28,0
Muy de acuerdo	16	17,2
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 54,8% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están poco de acuerdo con respecto a si se utiliza los medios y formas de pago pertinentes para el pago de sus proveedores segundo método. Asimismo, el 28.0% de los trabajadores encuestados manifiestan que están de acuerdo y un 17,2% manifiestan que están muy de acuerdo.

16. Cuentan con referencias de valor de mercancías idénticas y/o similares para una eficiente y objetiva aplicación del Segundo Método de Valoración de la OMC.

Tabla 23
Cuentan con referencias de valor de mercancías idénticas segundo método

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	3	3,2
Poco de acuerdo	47	50,5
De acuerdo	29	31,2
Muy de acuerdo	14	15,1
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 3,2% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están en desacuerdo con respecto a si se cuentan con referencias de valor de mercancías idénticas segundo método. Asimismo, el 50.5% de los trabajadores encuestados manifiestan que están poco de acuerdo, un 31,2% manifiestan que están de acuerdo y un 15,1% señalan que están muy de acuerdo.

17. Comprende el acuerdo de valor en aduanas de la OMC en sus importaciones, en cuanto al tercer método de valoración aduanera

Tabla 24
Comprende el acuerdo de valor en Aduanas de la OMC tercer método da valoración aduanera

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	3	3,2
Poco de acuerdo	46	49,5
De acuerdo	33	35,5
Muy de acuerdo	11	11,8
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 3,2% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están en desacuerdo con respecto a si se comprende el acuerdo de valor en Aduanas de la OMC tercer método cuentan con referencias de valor de mercancías idénticas segundo método. Asimismo, el 49.5% de los trabajadores encuestados manifiestan que están poco de acuerdo, un 35,5% manifiestan que están de acuerdo y un 11,8% señalan que están muy de acuerdo.

18. Durante la negociación con su proveedor exige que la factura comercial cumpla con los requisitos establecidos en el Acuerdo de valor de la OMC, en cuanto al tercer método de valoración aduanera

Tabla 25
Se exige la factura comercial que cumpla los requisitos tercer método de valoración aduanera

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	9	9,7
Poco de acuerdo	38	40,9
De acuerdo	33	35,5
Muy de acuerdo	13	14,0
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 9,7% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están en desacuerdo con respecto a si se exige la factura comercial que cumpla los requisitos tercer método. Asimismo, el 40.9% de los trabajadores encuestados manifiestan que están poco de acuerdo, un 35,5% manifiestan que están de acuerdo y un 14,0% señalan que están muy de acuerdo.

19. Utiliza contratos de compra-venta para cerrar sus negociaciones con su proveedor, en cuanto al tercer método de valoración aduanera.

Tabla 26
Utiliza contratos de compra-venta para cerrar sus negociaciones tercer método de valoración aduanera

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	11	11,8
Poco de acuerdo	40	43,0
De acuerdo	26	28,0
Muy de acuerdo	16	17,2
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 11,8% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están en desacuerdo con respecto a si se utiliza contratos de compra-venta para cerrar sus negociaciones tercer método. Asimismo el 43.0% de los trabajadores encuestados manifiestan que están poco de acuerdo, un 28,0% manifiestan que están de acuerdo y un 17,2% señalan que están muy de acuerdo.

20. Sustenta oportunamente del valor declarado ante una duda razonable

Tabla 27
Sustenta oportunamente del valor declarado ante una duda razonable

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	4	4,3
Poco de acuerdo	54	58,1
De acuerdo	20	21,5
Muy de acuerdo	15	16,1
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 4,3% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están en desacuerdo con respecto a si se sustenta oportunamente del valor declarado ante una duda razonable. Asimismo, el 58.1% de los trabajadores encuestados manifiestan que están poco de acuerdo, un 21,5% manifiestan que están de acuerdo y un 16,1% señalan que están muy de acuerdo.

21. Comprende el proceso de Duda Razonable en el marco del acuerdo de valor en aduanas de la OMC, en cuanto al tercer método de valoración aduanera

Tabla 28
Comprende el proceso de duda razonable tercer método de valoración aduanera

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	3	3,2
Poco de acuerdo	51	54,8
De acuerdo	26	28,0
Muy de acuerdo	13	14,0
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 3,2% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están en desacuerdo con respecto a si se comprende el proceso de duda razonable tercer método. Asimismo, el 54.8% de los trabajadores encuestados manifiestan que están poco de acuerdo, un 28,0% manifiestan que están de acuerdo y un 14,0% señalan que están muy de acuerdo.

22. Exige que la documentación comercial cuente con los requisitos legalmente establecidos, en cuanto al tercer método de valoración.

Tabla 29
Comprende el proceso de duda razonable tercer método

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	3	3,2
Poco de acuerdo	47	50,5
De acuerdo	26	28,0
Muy de acuerdo	17	18,3
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 3,2% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están en desacuerdo con respecto a si se Comprende el proceso de duda razonable tercer método. Asimismo, el 50.5% de los trabajadores encuestados manifiestan que están poco de acuerdo, un 28,0% manifiestan que están de acuerdo y un 18,3% señalan que están muy de acuerdo.

23. Utiliza medios y formas de pago pertinentes para el pago de sus proveedores en cuanto al tercer método de valoración.

Tabla 30
Utiliza los medios y formas de pago pertinentes para el pago de sus proveedores tercer método

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	12	12,9
Poco de acuerdo	42	45,2
De acuerdo	24	25,8
Muy de acuerdo	15	16,1
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 12,9% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están en desacuerdo con respecto a si Utiliza los medios y formas de pago pertinentes para el pago de sus proveedores tercer método. Asimismo, el 45.2% de los trabajadores encuestados manifiestan que están poco de acuerdo, un 25,8% manifiestan que están de acuerdo y un 16,1% señalan que están muy de acuerdo.

24. Cuentan con referencias de valor de mercancías idénticas y/o similares para una eficiente y objetiva aplicación del Tercer Método de Valoración de la OMC.

Tabla 31
Cuentan con referencias de valor de mercancías idénticas tercer método

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	5	5,4
Poco de acuerdo	52	55,9
De acuerdo	22	23,7
Muy de acuerdo	14	15,1
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 5,4% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están en desacuerdo con respecto a si Cuentan con referencias de valor de mercancías idénticas y/o similares para una eficiente y objetiva aplicación del Tercer Método de Valoración de la OMC. Asimismo, el 55.9% de los trabajadores encuestados manifiestan que están poco de acuerdo, un 23,7% manifiestan que están de acuerdo y un 15,1% señalan que están muy de acuerdo.

25. Comprende el acuerdo de valor en aduanas de la OMC en sus importaciones, en cuanto al cuarto método de valoración aduanera

Tabla 32
Comprende el acuerdo de valor en Aduanas de la OMC cuarto método de valoración aduanera

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	4	4,3
Poco de acuerdo	52	55,9
De acuerdo	25	26,9
Muy de acuerdo	12	12,9
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 4,3% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están en desacuerdo con respecto a si comprende el acuerdo de valor en Aduanas de la OMC cuarto método. Asimismo, el 55.9% de los trabajadores encuestados manifiestan que están poco de acuerdo, un 26,9% manifiestan que están de acuerdo y un 12,9% señalan que están muy de acuerdo.

26. Durante la negociación con su proveedor exige que la factura comercial cumpla con los requisitos establecidos en el Acuerdo de valor de la OMC, en cuanto al cuarto método de valoración de valoración aduanera

Tabla 33
Se exige la factura comercial que cumpla los requisitos cuarto método de valoración aduanera

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	5	5,4
Poco de acuerdo	49	52,7
De acuerdo	25	26,9
Muy de acuerdo	14	15,1
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 5,4% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están en desacuerdo con respecto a si se exige la factura comercial que cumpla los requisitos cuarto método de valoración aduanera. Asimismo, el 52.7% de los trabajadores encuestados manifiestan que están poco de acuerdo, un 26,9% manifiestan que están de acuerdo y un 15,1% señalan que están muy de acuerdo.

27. Utiliza contratos de compra-venta para cerrar sus negociaciones con su proveedor, en cuanto al primer método de valoración.

Tabla 34
Utiliza contratos de compra-venta para cerrar sus negociaciones cuarto método de valoración aduanera

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	4	4,3
Poco de acuerdo	39	41,9
De acuerdo	33	35,5
Muy de acuerdo	17	18,3
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 4,3% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están en desacuerdo con respecto a si se utiliza contratos de compra-venta para cerrar sus negociaciones cuarto método. Asimismo, el 41.9% de los trabajadores encuestados manifiestan que están poco de acuerdo, un 35,5% manifiestan que están de acuerdo y un 18,3% señalan que están muy de acuerdo.

28. Sustenta oportunamente del valor declarado ante una duda razonable

Tabla 35
Sustenta oportunamente del valor declarado ante
una duda razonable

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Poco de acuerdo	52	55,9
De acuerdo	27	29,0
Muy de acuerdo	14	15,1
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 55,9% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están poco de acuerdo con respecto a si sustentan oportunamente del valor declarado ante una duda razonable. Asimismo, el 29,0% de los trabajadores encuestados manifiestan que están de acuerdo y un 15,1% manifiestan que están de muy acuerdo.

29. Comprende el proceso de Duda Razonable en el marco del acuerdo de valor en aduanas de la OMC, en cuanto al cuarto método de valoración aduanera

Tabla 36
Comprende el proceso de duda razonable cuarto método de valoración aduanera

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	5	5,4
Poco de acuerdo	45	48,4
De acuerdo	30	32,3
Muy de acuerdo	13	14,0
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 5,4% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están en desacuerdo con respecto a si se comprende el proceso de duda razonable cuarto método. Asimismo, el 48.4% de los trabajadores encuestados manifiestan que están poco de acuerdo, un 32,3% manifiestan que están de acuerdo y un 14,0% señalan que están muy de acuerdo

30. Exige que la documentación comercial cuente con los requisitos legalmente establecidos, en cuanto al cuarto método de valoración aduanera

Tabla 37
exige que la documentación comercial cuente con los requisitos legalmente establecidos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	6	6,5
Poco de acuerdo	46	49,5
De acuerdo	31	33,3
Muy de acuerdo	10	10,8
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 6,5% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están en desacuerdo con respecto a si se exige que la documentación comercial cuente con los requisitos legalmente establecidos. Asimismo, el 49,5% de los trabajadores encuestados manifiestan que están poco de acuerdo, un 33,3% manifiestan que están de acuerdo y un 10,8% señalan que están muy de acuerdo.

31. Utiliza medios y formas de pago pertinentes para el pago de sus proveedores en cuanto al cuarto método de valoración aduanera.

Tabla 38
Utiliza los medios y formas de pago pertinentes para el pago de sus proveedores cuarto método de valoración aduanera

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	12	12,9
Poco de acuerdo	40	43,0
De acuerdo	29	31,2
Muy de acuerdo	12	12,9
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 12,9% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están en desacuerdo con respecto a si se utiliza medios y formas de pago pertinentes para el pago de sus proveedores en cuanto al cuarto método de valoración. Asimismo, el 43.0% de los trabajadores encuestados manifiestan que están poco de acuerdo, un 31,2% manifiestan que están de acuerdo y un 12,9% señalan que están muy de acuerdo.

32. Cuentan con referencias de valor de mercancías idénticas y/o similares para una eficiente y objetiva aplicación del cuarto método de Valoración de la OMC.

Tabla 39
Cuentan con referencias de valor de mercancías idénticas cuarto método de valoración aduanera

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	11	11,8
Poco de acuerdo	42	45,2
De acuerdo	25	26,9
Muy de acuerdo	15	16,1
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 11,8% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están en desacuerdo con respecto a si Cuentan con referencias de valor de mercancías idénticas cuarto método de valoración aduanera. Asimismo, el 45.2% de los trabajadores encuestados manifiestan que están poco de acuerdo, un 26,9% manifiestan que están de acuerdo y un 16,1% señalan que están muy de acuerdo.

VARIABLE DEPENDIENTE: NIVEL DE COMPETITIVIDAD

Tabla 40
Nivel de competitividad

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Alto	16	17,2
Regular	73	78,5
Bajo	4	4,3
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Análisis e interpretación

En la Tabla 7 se muestra el resultado del cuestionario Nivel de Competitividad.

Del 100% de los gerentes de las Mypes importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, el 17,2% refieren que es eficaz el nivel de competitividad. Asimismo, el 78.5% de los trabajadores encuestados manifiestan que es regular y un 4,3% manifiestan que es bajo.

En suma, la mayor parte de los gerentes de las Mypes importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto refieren que el nivel de competitividad es regular, tal como se visualiza en la tabla 7.

DIMENSIÓN: COSTOS

Tabla 41
Costos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Alto	18	19,3
Regular	73	78,5
Bajo	2	2,2
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Análisis e interpretación

En la Tabla 8 se muestra el resultado del cuestionario Nivel de competitividad en su dimensión Costos.

Del 100% de los gerentes de las Mypes importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, el 19,4% refieren que son altos los costos. Asimismo, el 78,5% de los trabajadores encuestados manifiestan que es regular y un 2,2% manifiestan que es bajo.

En suma, la mayor parte de los gerentes de las Mypes importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto refieren que los costos son regulares, tal como se visualiza en la tabla 8.

DIMENSIÓN: VALOR AGREGADO

Tabla 42
Valor agregado

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Alto	17	18,3
Regular	69	74,2
Bajo	7	7,5
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Análisis e interpretación

En la Tabla 9 se muestra el resultado del cuestionario Nivel de competitividad en su dimensión Valor agregado.

Del 100% de los gerentes de las Mypes importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, el 18,3% refieren que es alto el Valor agregado. Asimismo, el 74,2% de los trabajadores encuestados manifiestan que es regular y un 7,5% manifiestan que es bajo.

En suma, la mayor parte de los gerentes de las Mypes importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto refieren que el valor agregado es regular, tal como se visualiza en la tabla 9.

DIMENSIÓN: COMERCIALIZACIÓN

Tabla 43
Comercialización

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Alto	16	17,2
Regular	66	71,0
Bajo	11	11,8
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Análisis e interpretación

En la Tabla 10 se muestra el resultado del cuestionario Nivel de competitividad, en su dimensión Comercialización.

Del 100% de los gerentes de las Mypes importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, el 17,2% refieren que es alto la Comercialización. Asimismo, el 71% de los trabajadores encuestados manifiestan que es regular y un 11,8% manifiestan que es bajo.

En suma, la mayor parte de los gerentes de las Mypes importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto refieren que la comercialización es regular, tal como se visualiza en la tabla 10.

DIMENSIÓN: RENTABILIDAD

Tabla 44
Rentabilidad

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Alto	16	17,2
Regular	70	75,3
Bajo	7	7,5
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Análisis e interpretación

En la Tabla 11 se muestra el resultado del cuestionario Nivel de competitividad, en su dimensión Rentabilidad.

Del 100% de los gerentes de las Mypes importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, el 17,2% refieren que es alto la Rentabilidad. Asimismo, el 75,3% de los trabajadores encuestados manifiestan que es regular y un 7,5% manifiestan que es bajo.

En suma, la mayor parte de los gerentes de las Mypes importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto refieren que la rentabilidad es regular, tal como se visualiza en la tabla 11.

**COMPARACIÓN POR DIMENSIONES DE LA VARIABLE DEPENDIENTE:
NIVEL DE COMPETITIVIDAD**

Tabla 45

Comparación por dimensiones de la variable 2

Categoría	Costos	Valor Agregado	Comercialización	Rentabilidad
Alto	19,3	18,3	17,2	17,2
Regular	78,5	74,2	71,0	75,3
Bajo	2,2	7,5	11,8	7,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Del 100% de los gerentes de las Mypes importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, refieren que en las dimensiones del nivel de competitividad en su mayoría manifiestan que es regular el nivel de competitividad.

ANALISIS POR ITEMS

1. Se optimizan los costos del proceso de comercialización

Tabla 46
Se optimizan los costos del proceso de
comercialización

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	4	4,3
Poco de acuerdo	53	57,0
De acuerdo	22	23,7
Muy de acuerdo	14	15,1
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Se optimizan los costos de los recursos humanos en el proceso de comercialización

De acuerdo a lo observado, el 4,3% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están en desacuerdo con respecto a si Se optimizan los costos del proceso de comercialización. Asimismo, el 57.0% de los trabajadores encuestados manifiestan que están poco de acuerdo, un 23,7% manifiestan que están de acuerdo y un 15,1% señalan que están muy de acuerdo.

2. Se optimizan los costos de los recursos humanos en el proceso de comercialización

Tabla 47
Se optimizan los costos de los recursos humanos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	1	1,1
Poco de acuerdo	52	55,9
De acuerdo	28	30,1
Muy de acuerdo	12	12,9
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 1,1% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están en desacuerdo con respecto a si Se optimizan los costos de los recursos humanos. Asimismo, el 55.9% de los trabajadores encuestados manifiestan que están poco de acuerdo, un 30,1% manifiestan que están de acuerdo y un 12,9% señalan que están muy de acuerdo

3. Se optimizan los costos del proceso en el control de almacenamiento

Tabla 48
Se optimizan los costos del proceso en el control de almacenamiento

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	2	2,2
Poco de acuerdo	48	51,6
De acuerdo	29	31,2
Muy de acuerdo	14	15,1
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 2,2% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están en desacuerdo con respecto a si Se optimizan los costos del proceso en el control de almacenamiento. Asimismo, el 51.6% de los trabajadores encuestados manifiestan que están poco de acuerdo, un 31,2% manifiestan que están de acuerdo y un 15,1% señalan que están muy de acuerdo

4. Se optimizan los costos del proceso del retiro de mercadería

Tabla 49
Se optimizan los costos del proceso del retiro
de mercadería

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	1	1,1
Poco de acuerdo	42	45,2
De acuerdo	33	35,5
Muy de acuerdo	17	18,3
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 1,1% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están en desacuerdo con respecto a si Se optimizan los costos del proceso del retiro de mercadería. Asimismo, el 45.2% de los trabajadores encuestados manifiestan que están poco de acuerdo, un 35,5% manifiestan que están de acuerdo y un 18,3% señalan que están muy de acuerdo

5. Se optimizan los costos de los recursos humanos en el proceso del retiro de mercadería.

Tabla 50
Se optimizan los costos de los recursos humanos
en el proceso del retiro de mercadería

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Poco de acuerdo	51	54,8
De acuerdo	28	30,1
Muy de acuerdo	14	15,1
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 54,8% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están en poco de acuerdo con respecto a si Se optimizan los costos del proceso del retiro de mercadería. Asimismo, el 30.1% de los trabajadores encuestados manifiestan que están de acuerdo y un 15,1% manifiestan que están muy de acuerdo.

6. Se evidencia valor agregado en el proceso de control de ingresos de la mercadería

Tabla 51
Se evidencia valor agregado en el proceso de control de ingresos de la mercadería

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	2	2,2
Poco de acuerdo	48	51,6
De acuerdo	31	33,3
Muy de acuerdo	12	12,9
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 2,2% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están en desacuerdo con respecto a si se evidencia valor agregado en el proceso de control de ingresos de la mercadería. Asimismo, el 51.6% de los trabajadores encuestados manifiestan que están poco de acuerdo, un 33,3% manifiestan que están de acuerdo y un 12,9% señalan que están muy de acuerdo.

7. Se evidencia valor agregado en el proceso de fortalecimiento de los recursos humanos brindan valor agregado al control de ingresos de mercadería

Tabla 52
Se evidencia valor agregado en el proceso de fortalecimiento de los recursos humanos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	3	3,2
Poco de acuerdo	49	52,7
De acuerdo	31	33,3
Muy de acuerdo	10	10,8
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 3,2% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están en desacuerdo con respecto a si Se evidencia valor agregado en el proceso de fortalecimiento de los recursos humanos brindan valor agregado al control de ingresos de mercadería. Asimismo, el 52.7% de los trabajadores encuestados manifiestan que están poco de acuerdo, un 33,3% manifiestan que están de acuerdo y un 10,8% señalan que están muy de acuerdo.

8. Se evidencia valor agregado en el proceso de almacenamiento

Tabla 53
Se evidencia valor agregado en el proceso de almacenamiento

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	9	9,7
Poco de acuerdo	40	43,0
De acuerdo	32	34,4
Muy de acuerdo	12	12,9
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 9,7% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están en desacuerdo con respecto a si Se evidencia valor agregado en el proceso de almacenamiento. Asimismo, el 43,0% de los trabajadores encuestados manifiestan que están poco de acuerdo, un 34,4% manifiestan que están de acuerdo y un 12,9% señalan que están muy de acuerdo.

9. Se evidencia valor agregado en el proceso de fortalecimiento de los recursos humanos en el control de almacenamiento

Tabla 54

Se evidencia valor agregado en el proceso de fortalecimiento de los recursos humanos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	11	11,8
Poco de acuerdo	42	45,2
De acuerdo	25	26,9
Muy de acuerdo	15	16,1
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 11,8% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están en desacuerdo con respecto a si Se evidencia valor agregado en el proceso de fortalecimiento de los recursos humanos en el control de almacenamiento. Asimismo, el 45,2% de los trabajadores encuestados manifiestan que están poco de acuerdo, un 26,9% manifiestan que están de acuerdo y un 16,1% señalan que están muy de acuerdo.

10. Se evidencia valor agregado en el proceso del retiro de mercadería

Tabla 55
Se evidencia valor agregado en el proceso del
retiro de mercadería

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	4	4,3
Poco de acuerdo	53	57,0
De acuerdo	22	23,7
Muy de acuerdo	14	15,1
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 4,3% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están en desacuerdo con respecto a si se evidencia valor agregado en el proceso del retiro de mercadería. Asimismo, el 57,0% de los trabajadores encuestados manifiestan que están poco de acuerdo, un 23,7% manifiestan que están de acuerdo y un 15,1% señalan que están muy de acuerdo.

11. Se evidencia valor agregado en el proceso de fortalecimiento de recursos humanos en el proceso del retiro de mercadería.

Tabla 56
Se evidencia valor agregado en el proceso de fortalecimiento de recursos humanos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	5	5,4
Poco de acuerdo	40	43,0
De acuerdo	36	38,7
Muy de acuerdo	12	12,9
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 5,4% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están en desacuerdo con respecto a si Se evidencia valor agregado en el proceso de fortalecimiento de recursos humanos. Asimismo, el 43,0% de los trabajadores encuestados manifiestan que están poco de acuerdo, un 38,7% manifiestan que están de acuerdo y un 12,9% señalan que están muy de acuerdo

12. Se optimizan la comercialización de servicios provenientes del proceso de control de ingresos

Tabla 57
Se optimiza la comercialización de servicios

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	9	9,7
Poco de acuerdo	39	41,9
De acuerdo	31	33,3
Muy de acuerdo	14	15,1
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 9,7% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están en desacuerdo con respecto a si Se optimiza la comercialización de servicios. Asimismo, el 41,9% de los trabajadores encuestados manifiestan que están poco de acuerdo, un 33,3% manifiestan que están de acuerdo y un 15,1% señalan que están muy de acuerdo

13. Se optimizan la comercialización de mercadería servicios, a través del uso de estrategias comercializadora

Tabla 58
Se optimizan la comercialización de mercadería servicios

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	6	6,5
Poco de acuerdo	45	48,4
De acuerdo	28	30,1
Muy de acuerdo	14	15,1
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 6,5% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están en desacuerdo con respecto a si Se optimizan la comercialización de mercadería servicios. Asimismo, el 48,4% de los trabajadores encuestados manifiestan que están poco de acuerdo, un 30,1% manifiestan que están de acuerdo y un 15,1% señalan que están muy de acuerdo

14. Se optimizan la producción de servicios proveniente del proceso del retiro de mercadería

Tabla 59

Se optimizan la producción de servicios proveniente del procesos del retiro de mercadería

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	3	3,2
Poco de acuerdo	49	52,7
De acuerdo	28	30,1
Muy de acuerdo	13	14,0
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 3,2% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están en desacuerdo con respecto a si se optimizan la producción de servicios proveniente del procesos del retiro de mercadería. Asimismo, el 52,7% de los trabajadores encuestados manifiestan que están poco de acuerdo, un 30,1% manifiestan que están de acuerdo y un 14,0% señalan que están muy de acuerdo

15. Se evidencia una óptima rentabilidad económica

Tabla 60
Se evidencia una óptima rentabilidad económica

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	5	5,4
Poco de acuerdo	44	47,3
De acuerdo	28	30,1
Muy de acuerdo	16	17,2
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 5,4% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están en desacuerdo con respecto a siSe evidencia una óptima rentabilidad económica. Asimismo, el 42,3% de los trabajadores encuestados manifiestan que están poco de acuerdo, un 30,1% manifiestan que están de acuerdo y un 17,2% señalan que están muy de acuerdo.

16. Se evidencia una óptima rentabilidad financiera

Tabla 61
Se evidencia una óptima rentabilidad financiera

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	3	3,2
Poco de acuerdo	48	51,6
De acuerdo	25	26,9
Muy de acuerdo	17	18,3
Total	93	100,0

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

De acuerdo a lo observado, el 3,2% de los gerentes de las MYPES importadoras, rubro de venta de electrodomésticos del Centro Comercial Federico Barreto, manifiestan que están en desacuerdo con respecto a siSe evidencia una óptima rentabilidad financiera. Asimismo, el 51,6% de los trabajadores encuestados manifiestan que están poco de acuerdo, un 26,9% manifiestan que están de acuerdo y un 18,3% señalan que están muy de acuerdo.

5.2.2 CORRELACIONES- PRUEBAS DE NORMALIDAD

1. Pruebas de Normalidad

Aplicación de las herramientas técnicas	Estadísticos	
	Z de Kolmogorov-Smirnov	p-valor
Primer método de valoración OMC	0,209	0.000
Segundo método proceso de valoración OMC	0,214	0.000
Tercer método de valoración OMC	0,191	0.000
Cuarto método de valoración OMC	0,205	0.000
Existe normalidad si p es mayor 0.05		

Nivel de competitividad	Estadísticos	
	Z de Kolmogorov-Smirnov	p-valor
Costos	0,221	0.000
Valor agregado	0,194	0.000
Comercialización	0,196	0.000
Rentabilidad	0,195	0.000
Existe normalidad si p es mayor 0.05		

Como se puede apreciar el p-valor es menor a 0.05 se puede concluir que no presentan normalidad por lo que para las correlaciones se aplicara Rho de Spearman

5.2.3 CONTRASTACIÓN DE LA HIPOTESIS

VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS GENERAL

La aplicación de las herramientas técnicas de valoración aduanera esta correlacionado con el nivel de competitividad empresarial en las MYPES, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014. .

a) Planteamiento de la hipótesis estadística

Hipótesis nula

H₀: La aplicación de las herramientas técnicas de valoración aduanera esta correlacionado con el nivel de competitividad empresarial en las MYPES, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014.

Hipótesis alterna

H₁: La aplicación de las herramientas técnicas de valoración aduanera esta correlacionado con el nivel de competitividad empresarial en las MYPES, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014.

b) Nivel de significancia: 0.05

Para todo valor de la probabilidad igual o menor que 0.05, se rechaza H₀.

c) Elección de la prueba estadística: Correlación de Spearman (Rho de Spearman muestral)

Correlación

Correlaciones

			Aplicación de las herramientas técnicas aduaneras	Nivel de Competitividad
Rho de Spearman	Aplicación de las herramientas técnicas aduaneras	Coeficiente de correlación	1,000	0,822**
		Sig. (bilateral)		0,000
		N	93	93
	Nivel de Competitividad	Coeficiente de correlación	,822**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	93	93

d) Regla de decisión:

Rechazar H_0 si el valor-p es menor a 0.05

No rechazar H_0 si el valor-p es mayor a 0.05

Conclusión:

Dado que el pvalor es menor a 0,05 entonces se rechaza la hipótesis nula y se concluye que la aplicación de las herramientas técnicas de valoración aduanera esta correlacionado con el nivel de competitividad empresarial en las MYPES, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014.

VERIFICACIÓN DE LA PRIMERA HIPÓTESIS SECUNDARIA

La aplicación del primer método de valoración aduanera OMC esta correlacionado con el nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014.

a) Planteamiento de la hipótesis estadística

Hipótesis nula

H₀: La aplicación del primer método de valoración aduanera OMC esta correlacionado con el nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014.

Hipótesis alterna

H₁: La aplicación del primer método de valoración aduanera OMC esta correlacionado con el nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014.

b) Nivel de significancia: 0.05

Para todo valor de la probabilidad igual o menor que 0.05, se rechaza H₀.

c) Elección de la prueba estadística: Correlación de Spearman (Rho de Spearman muestral)

Correlación

Correlaciones			Primer método	Nivel de Competitividad
Rho de Spearman	Primer método	Coeficiente de correlación	1,000	0,699**
		Sig. (bilateral)		0,000
		N	93	93
	Nivel de Competitividad	Coeficiente de correlación	,699**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	93	93

c) Regla de decisión:

Rechazar H_0 si el valor-p es menor a 0.05

No rechazar H_0 si el valor-p es mayor a 0.05

Conclusión:

Dado que el valor es menor a 0,05 entonces se rechaza la hipótesis nula y se concluye que la aplicación del primer método de valoración aduanera OMC esta correlacionado con el nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014.

VERIFICACIÓN DE LA SEGUNDA HIPÓTESIS SECUNDARIA

La aplicación del segundo método de valoración aduanera OMC esta correlacionado con el nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014.

a) Planteamiento de la hipótesis estadística

Hipótesis nula

H_0 : La aplicación del segundo método de valoración aduanera OMC esta correlacionado con el nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014.

Hipótesis alterna

H_1 : La aplicación del segundo método de valoración aduanera OMC esta correlacionado con el nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014.

b) Nivel de significancia: 0.05

Para todo valor de la probabilidad igual o menor que 0.05, se rechaza H_0 .

c) Elección de la prueba estadística: Correlación de Spearman (Rho de Spearman muestral)

Correlación

Correlaciones			Segundo método	Nivel de Competitividad
Rho de Spearman	Segundo método	Coeficiente de correlación	1,000	0,681**
		Sig. (bilateral)		0,000
		N	93	93
	Nivel de Competitividad	Coeficiente de correlación	,681**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	93	93

c) Regla de decisión:

Rechazar H_0 si el valor-p es menor a 0.05

No rechazar H_0 si el valor-p es mayor a 0.05

Conclusión:

Dado que el valor es menor a 0,05 entonces se rechaza la hipótesis nula y se concluye que la aplicación del segundo método de valoración aduanera OMC esta correlacionado con el nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014.

VERIFICACIÓN DE LA TERCERA HIPÓTESIS SECUNDARIA

La aplicación del tercer método de valoración aduanera OMC esta correlacionado con el nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014.

a) Planteamiento de la hipótesis estadística

Hipótesis nula

H_0 : La aplicación del tercer método de valoración aduanera OMC esta correlacionado con el nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014.

Hipótesis alterna

H_1 : La aplicación del tercer método de valoración aduanera OMC esta correlacionado con el nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014.

b) Nivel de significancia: 0.05

Para todo valor de la probabilidad igual o menor que 0.05, se rechaza H_0 .

c) Elección de la prueba estadística: Correlación de Spearman (Rho de Spearman muestral)

Correlación

Correlaciones			Tercer método	Nivel de Competitividad
Rho de Spearman	Tercer método	Coeficiente de correlación	1,000	0,788**
		Sig. (bilateral)		0,000
		N	93	93
	Nivel de Competitividad	Coeficiente de correlación	,788**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	93	93

c) Regla de decisión:

Rechazar H_0 si el valor-p es menor a 0.05

No rechazar H_0 si el valor-p es mayor a 0.05

Conclusión:

Dado que el valor es menor a 0,05 entonces se rechaza la hipótesis nula y se concluye que la aplicación del tercer método de valoración aduanera OMC esta correlacionado con el nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014.

VERIFICACIÓN DE LA CUARTA HIPÓTESIS SECUNDARIA

La aplicación del cuarto método de valoración aduanera OMC esta correlacionado con el nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014.

a) Planteamiento de la hipótesis estadística

Hipótesis nula

Ho: La aplicación del cuarto método de valoración aduanera OMC esta correlacionado con el nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014.

Hipótesis alterna

H1: La aplicación del cuarto método de valoración aduanera OMC esta correlacionado con el nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014.

b) Nivel de significancia: 0.05

Para todo valor de la probabilidad igual o menor que 0.05, se rechaza H_0 .

c) Elección de la prueba estadística: Correlación de Spearman (Rho de Spearman muestral)

Correlación

Correlaciones			Cuarto método	Nivel de Competitividad
Rho de Spearman	Cuarto método	Coeficiente de correlación	1,000	0,761**
		Sig. (bilateral)		0,000
		N	93	93
	Nivel de Competitividad	Coeficiente de correlación	,761**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	93	93

c) Regla de decisión:

Rechazar H_0 si el valor-p es menor a 0.05

No rechazar H_0 si el valor-p es mayor a 0.05

Conclusión:

Dado que el valor es menor a 0,05 entonces se rechaza la hipótesis nula y se concluye que La aplicación del cuarto método de valoración aduanera OMC esta correlacionado con el nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014.

CONCLUSIONES

PRIMERA

La aplicación de las herramientas técnicas de valoración aduanera influye significativamente en el nivel de competitividad empresarial en las MYPES, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014, debido a que la correlación de Spearman Rho es 0,822 y el pvalor es 0,00, menor que el nivel de significancia que es 0,05.

SEGUNDA

La aplicación del primer método de valoración aduanera OMC influye significativamente en el nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, debido a que la correlación de Spearman Rho es 0,699 y el pvalor es 0,00, menor que el nivel de significancia que es 0,05.

TERCERA

La aplicación del segundo método de valoración aduanera OMC influye significativamente en el nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, debido a que la correlación de Spearman Rho es 0,681 y el pvalor es 0,00, menor que el nivel de significancia que es 0,05.

CUARTA

La aplicación del tercer método de valoración aduanera OMC influye significativamente en el nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, debido a que la correlación de Spearman Rho es 0,788 y el pvalor es 0,00, menor que el nivel de significancia que es 0,05.

QUINTA

La aplicación del cuarto método de valoración aduanera OMC influye significativamente en el nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, debido a que la correlación de Spearman Rho es 0,761 y el pvalor es 0,00, menor que el nivel de significancia que es 0,05.

RECOMENDACIONES

- Para elevar el nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, la SUNAT Aduanas, debe implementar un modelo de gestión holístico sobre la aplicación de los métodos de valoración aduanera OMC.
- En el modelo de gestión holístico sobre la aplicación del método de valoración aduanera, se debe considerar planes de acción que incluya la capacitación permanente a los contribuyentes, sobre la aplicación del primer método de valoración aduanera OMC.
- En el modelo de gestión holístico sobre la aplicación del método de valoración aduanera, se debe considera planes de acción que incluya la capacitación permanente a los contribuyentes, sobre la aplicación del segundo método de valoración aduanera OMC.
- En el modelo de gestión holístico sobre la aplicación del método de valoración aduanera, se debe considerar planes de acción que incluya la capacitación permanente a los contribuyentes, sobre la aplicación del tercer método de valoración aduanera OMC.
- En el modelo de gestión holístico sobre la aplicación del método de valoración aduanera, se debe considerar planes de acción que incluya la capacitación permanente a los contribuyentes, sobre la aplicación del cuarto método de valoración aduanera OMC.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Barreto, N. &Buitrago, B. (s/f). Impacto de la conexidad entre valoración aduanera y precios de transferencia. Caso colombiano. Universidad Externado de Colombia

ComunidadForex (2015). Importaciones y Balanza comercial. Escuela Forex.

Decreto Supremo N° 187-99-EF (29.Dic.1999).Establece disposiciones para la aplicación del Acuerdo sobre Valoración en Aduana de la OMC por parte de las Empresas Verificadoras.

Decreto Supremo N° 129-2004-EF. Ley General de Aduanas.

Decreto Supremo N° 011-2005-EF, Reglamento de la Ley General de Aduanas.

Del Rio, C. (2003). Costos Históricos Vigésima Primera. México: Ediciones Thomson

Escalante, J. (1986). La Valoración en Aduanas. Lima: Ediciones Palma.

Franco, L. (2012).La Valoración Aduanera. Universidad de Carabobo

Gomero, G. &Moreno, G. (1997). Proceso de la investigación científica. Lima: Editorial Fakir.

- Hidalgo, J. (2007). Análisis comparativo entre el acuerdo de valoración de la OMC y las nuevas Normas Andinas de Valor Aduanero en Venezuela. Venezuela: Universidad de los Andes
- Ibáñez, S. (2002). La Valoración de las Importaciones. Régimen Tributario y Experiencia Internacional. España: Editorial McGraw Hill/Interamericana
- Intendencia de Aduanas, SAT Guatemala (2011). Procedimiento para la administración de la Base de Datos del Valor Aduanero, PR-IAD/DNO-TI-01, versión 3.
- Inzam, M. (2013). Facilitación del comercio: un concepto urgente para un tema recurrente. CEPAL, Chile
- Jaffé, W. (editor). (1993). Política Tecnológica y Competitividad Agrícola en América Latina y el Caribe. IICA. Programa II. Generación y Transferencia de Tecnología. San José, Costa Rica.
- Mcfetridge, D.G. (1995). Competitiveness: Concepts and Measures. Occasional Paper No. 5, Carleton University, Canada
- Millet, M. (2001). Regulación de Comercio Internacional: del GATT a la OMC Colección de Estudios Económicos. La Caixa - Barcelona
- Montilla, F. (2007). Historia de la Organización Mundial de Comercio. Zona Económica
- Olivetto, A. (2008). Gestión Empresarial. Universidad Politécnica de Aguascalientes.

Ordoñez, J. (2009). Impacto de las medidas de control en la declaración de los cánones de licencia (regalías) como parte del valor en aduanas Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Porter, M. (1998), Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior. México. Primera Edición: 1987. Décima Sexta Reimpresión. Compañía Editorial Continental. S.A. de C.V. Título original: Competitive advantage: creating and sustaining superior performance. Traducción: María Ascensión de la Campa Pérez Sevillag.

Saldaño, O. (2009, 30). Variables: Operacionalización.

Shen, T. (2007). Valoración Aduanera: Acuerdo de Valoración de la OMC. Universidad de Chile.

Superintendencia Nacional de Administración Tributaria –SUNAT (2012). Resoluciones anticipadas relacionadas con la aplicación de criterios de valoración aduanera de mercancías. INTA-PE.00.14

Zapata, R. (2013). Comercio Exterior Institución Universitaria Salazar Herrera. "IUSH".

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS
<p>Problema general ¿De qué manera la aplicación de las herramientas técnicas de valoración aduanera influye en el nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014?.</p> <p>Problemas específicos</p> <p>a) ¿De qué forma la aplicación del primer método de valoración aduanera OMC influye en el nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014?.</p> <p>b) ¿Cómo la aplicación del segundo método de valoración aduanera OMC influye en el nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014?.</p> <p>c) ¿De qué manera la aplicación del tercer</p>	<p>Objetivo general Determinar de qué manera la aplicación de las herramientas técnicas de valoración aduanera influye en el nivel de competitividad empresarial en las MYPES, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>a) Establecer de qué forma la aplicación del primer método de valoración aduanera OMC influye en el nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014.</p> <p>b) Verificar cómo la aplicación del segundo método de valoración aduanera OMC influye en el nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014.</p> <p>c) Determinar de qué manera la aplicación del tercer método de valoración aduanera</p>	<p>Hipótesis general La aplicación de las herramientas técnicas de valoración aduanera esta correlacionado con el nivel de competitividad empresarial en las MYPES, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014. .</p> <p>Hipótesis específicos</p> <p>a) La aplicación del primer método de valoración aduanera OMC esta correlacionado con el nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014.</p> <p>b) La aplicación del segundo método de valoración aduanera OMC esta correlacionado con el nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014.</p> <p>c) La aplicación del tercer método de valoración aduanera OMC esta correlacionado con el</p>

<p>método de valoración aduanera OMC influye en el nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014?.</p> <p>d) ¿Cómo la aplicación del cuarto método de valoración aduanera OMC influye en el nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014?.</p>	<p>OMC influye en el nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014.</p> <p>d) Establecer cómo la aplicación del cuarto método de valoración aduanera OMC influye en el nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014.</p>	<p>nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014.</p> <p>d) La aplicación del cuarto método de valoración aduanera OMC esta correlacionado con en el nivel de competitividad MYPES importadoras, rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014.</p>
---	---	---

Cuestionario

Aplicación de las herramientas técnicas de valoración aduanera en las empresas MYPES, Rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014

ESTIMADO Sr. Gerente - Contador

Nos encontramos realizando un estudio, respecto a la aplicación de las herramientas técnicas de valoración aduanera en las empresas MYPES, Rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014, es por ello que hemos elaborado las siguientes proposiciones con la finalidad de conocer su percepción.

Por favor, evalúe el grado de satisfacción de acuerdo a los aspectos que citamos en este cuestionario, según el criterio de la tabla, marcando con un aspa (X) el dígito que corresponda para cada afirmación.

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

INSTRUCCIONES

Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Poco de acuerdo	De acuerdo
1	2	3	4

	Indicador: Primer método de valoración OMC	1	2	3	4
1	Comprende el acuerdo de valor en aduanas de la OMC en sus importaciones, en cuanto al primer método de valoración				
2	Durante la negociación con su proveedor exige que la factura comercial cumpla con los requisitos establecidos en el Acuerdo de valor de la OMC, en cuanto al primer método de valoración				
3	Utiliza contratos de compre-venta para cerrar sus negociaciones con su proveedor, en cuanto al primer método de valoración.				
4	Sustenta oportunamente del valor declarado ante una duda razonable				
5	Comprende el proceso de Duda Razonable en el marco del acuerdo de valor en aduanas de la OMC, en cuanto al primer método de valoración				
6	Exige que la documentación comercial cuente con los requisitos legalmente establecidos, en cuanto al primer método de valoración.				
7	Utiliza medios y formas de pago pertinentes para el pago de sus proveedores en cuanto al primer método de valoración.				
8	Cuentan con referencias de valor de mercancías idénticas y/o similares para una eficiente y objetiva aplicación del primer método de Valoración de la OMC.				
	Segundo método proceso de valoración OMC				
9	Comprende el acuerdo de valor en aduanas de la OMC en sus importaciones, en cuanto al segundo método de valoración				
10	Durante la negociación con su proveedor exige que la factura comercial cumpla con los requisitos establecidos en el Acuerdo de valor de la OMC, en cuanto al segundo método de valoración				
11	Utiliza contratos de compre-venta para cerrar sus negociaciones con su proveedor, en cuanto al segundo método de valoración.				
12	Comprende el proceso de Duda Razonable en el				

	marco del acuerdo de valor en aduanas de la OMC , en cuanto al segundo método de valoración				
13	Exige que la documentación comercial cuente con los requisitos legalmente establecidos, en cuanto al segundo método de valoración.				
14	Utiliza medios y formas de pago pertinentes para el pago de sus proveedores en cuanto al segundo método de valoración.				
15	Cuentan con referencias de valor de mercancías idénticas y/o similares para una eficiente y objetiva aplicación del Segundo Método de Valoración de la OMC.				
16	Cuentan con referencias de valor de mercancías idénticas y/o similares para una eficiente y objetiva aplicación del Segundo Método de Valoración de la OMC.				
	Tercer método de valoración OMC				
17	Comprende el acuerdo de valor en aduanas de la OMC en sus importaciones, en cuanto al tercer método de valoración				
18	Durante la negociación con su proveedor exige que la factura comercial cumpla con los requisitos establecidos en el Acuerdo de valor de la OMC, en cuanto al tercer método de valoración				
19	Utiliza contratos de compra-venta para cerrar sus negociaciones con su proveedor, en cuanto al tercer método de valoración.				
20	Sustenta oportunamente del valor declarado ante una duda razonable				
21	Comprende el proceso de Duda Razonable en el marco del acuerdo de valor en aduanas de la OMC, en cuanto al tercer método de valoración				
22	Exige que la documentación comercial cuente con los requisitos legalmente establecidos, en cuanto al tercer método de valoración.				
23	Utiliza medios y formas de pago pertinentes para el pago de sus proveedores en cuanto al tercer método de valoración.				
24	Cuentan con referencias de valor de mercancías idénticas y/o similares para una eficiente y objetiva				

	aplicación del Tercer Método de Valoración de la OMC.				
	Cuarto método de valoración OMC				
25	Comprende el acuerdo de valor en aduanas de la OMC en sus importaciones, en cuanto al cuarto método de valoración				
26	Durante la negociación con su proveedor exige que la factura comercial cumpla con los requisitos establecidos en el Acuerdo de valor de la OMC, en cuanto al cuarto método de valoración				
27	Utiliza contratos de compre-venta para cerrar sus negociaciones con su proveedor, en cuanto al cuarto método de valoración.				
28	Sustenta oportunamente del valor declarado ante una duda razonable				
29	Comprende el proceso de Duda Razonable en el marco del acuerdo de valor en aduanas de la OMC, en cuanto al cuarto método de valoración				
30	Exige que la documentación comercial cuente con los requisitos legalmente establecidos, en cuanto al cuarto método de valoración.				
31	Utiliza medios y formas de pago pertinentes para el pago de sus proveedores en cuanto al cuarto método de valoración.				
32	Cuentan con referencias de valor de mercancías idénticas y/o similares para una eficiente y objetiva aplicación del cuarto Método de Valoración de la OMC.				

Cuestionario

Nivel de competitividad empresarial en las empresas MYPES, Rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014

ESTIMADO Sr. Gerente - Contador

Nos encontramos realizando un estudio, respecto al nivel de competitividad la aplicación de las herramientas técnicas de valoración aduanera en las empresas MYPES, Rubro venta de electrodomésticos en el Centro Comercial Federico Barreto – Tacna, año 2014, es por ello que hemos elaborado las siguientes proposiciones con la finalidad de conocer su percepción.

Por favor, evalúe el grado de satisfacción de acuerdo a los aspectos que citamos en este cuestionario, según el criterio de la tabla, marcando con un aspa (X) el dígito que corresponda para cada afirmación.

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

INSTRUCCIONES

Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Poco de acuerdo	De acuerdo
1	2	3	4

		1	2	3	4
	Costos				
1	Se optimizan los costos del proceso de comercialización				
2	Se optimizan los costos de los recursos humanos en el proceso de comercialización				
3	Se optimizan los costos del proceso en el control de almacenamiento				
4	Se optimizan los costos del proceso del retiro de mercadería				
5	Se optimizan los costos de los recursos humanos en el proceso del retiro de mercadería.				
	Valor agregado				
6	Se evidencia valor agregado en el proceso de control de ingresos de la mercadería				
7	Se evidencia valor agregado en el proceso de fortalecimiento de los recursos humanos brindan valor agregado al control de ingresos de mercadería				
8	Se evidencia valor agregado en el proceso de almacenamiento				
9	Se evidencia valor agregado en el proceso de fortalecimiento de los recursos humanos en el control de almacenamiento				
10	Se evidencia valor agregado en el proceso del retiro de mercadería				
11	Se evidencia valor agregado en el proceso de fortalecimiento de recursos humanos en el proceso del retiro de mercadería.				
	Comercialización				
12	Se optimizan la comercialización de servicios provenientes del proceso de control de ingresos				
13	Se optimizan la comercialización de mercadería				

	servicios, a través del uso de estrategias comercializadora				
14	Se optimizan la producción de servicios proveniente del proceso del retiro de mercadería				
	Rentabilidad				
15	Se evidencia una óptima rentabilidad económica				
16	Se evidencia una óptima rentabilidad financiera				

MODELO DE GESTIÓN HOLÍSTICO SOBRE LA APLICACIÓN DE LOS MÉTODOS DE VALORACIÓN ADUANERA

“Estructura del Modelo De Gestión Holístico Sobre La Aplicación De Los Métodos De Valoración Aduanera

La propuesta del **Modelo de gestión holístico sobre la aplicación de los métodos de valoración aduanera**, para para mejorar relación de la aplicación de las herramientas técnicas de valoración aduanera y el nivel de competitividad empresarial en la MYPES, es un intento de ofrecer instrumentos y técnicas para mejorar las variables indicadas, en cuanto al primer método, segundo, tercero y cuarto método de valoración

Asimismo, la innovación y aceptación de riesgo, atención a los detalles, orientación hacia los resultados, orientación hacia los resultados, orientación hacia el equipo, disminución de la agresividad y la estabilidad.

La propuesta del **Modelo de gestión holístico sobre la aplicación de los métodos de valoración aduanera**, toma como base la Teoría de la mejora continua de Kaizen. La aplicación didáctica de este Modelo de gestión Plan de acción contribuirá a que los directivos logren tener adecuadas competencias gerenciales y promoverá entre los miembros la adecuada cultura organizacional.

Así mismo, se tendrá en cuenta las fases del desarrollo de las etapas que influirán talleres, fase inicial (motivación), fase central (proceso) y fase final (evaluación) como aspectos a desarrollar en forma permanente durante los

talleres, el cual se representan en el siguiente esquema:

1. Metodología

En el presente **Modelo de gestión holístico sobre la aplicación de los métodos de valoración aduanera**, se ha determinado utilizar las fases de planificación, organización, ejecución y control. Asimismo, en cuanto a los métodos de valoración aduanera, se propone el taller como una herramienta metodológica para desarrollar las diferentes competencias orientadas a la aplicación de los métodos de valoración aduanera.

En esencia el taller “se organiza con un enfoque interdisciplinario y globalizador, donde el conductor ya no enseña en el sentido tradicional; sino que es un asistente técnico que ayuda a aprender. Los participantes aprenden haciendo y sus respuestas o soluciones podrían ser en algunos casos, más válidas que las del mismo conductor.

Las fases del desarrollo del taller son: fase inicial, fase central y fase final:

a).- La fase inicial o introducción es como el aperitivo de un evento, la finalidad es orientar y motivar a los participantes, crear un clima de confianza, recoger las expectativas y temores, presentar los objetivos del evento así como agendas, horarios, logística, etc.

b).- La fase central o desarrollo es el plato fuerte de un evento, en ella se presenta, discute y profundiza la temática a tratar partiendo del intercambio de experiencias entre las personas participantes y confrontándolas con nuevos referentes críticos.

c).- La fase final consiste en la finalización de un evento, abarca 3 elementos básicos: La conclusión consiste en un resumen de los diferentes pasos del taller, de la metodología utilizada y de los resultados. Enfatiza en la conexión y finalidad de las diferentes partes y técnicas del taller. El plan de acción es un elemento importante para la aplicación de lo aprendido o concertado. La evaluación es un elemento indispensable en la fase final, la metodología participativa permite la retroalimentación de los y las participantes en cuanto al programa, método y, aprendizaje.

Estrategias	Programas	Acciones en las diferentes etapas	Recursos	Plazo	Responsable
Implementar un programa de capacitación sobre Métodos de valoración aduanera	Desarrollo de programas de capacitación sobre método de valoración aduanera.	Planificación	Humanos	03 de mayo al 30 de setiembre de 2016	El Gerente de la empresa y el Jefe de la Oficina de recursos humanos.
		Organización	Financieros		
		Ejecución	Materiales		
		Control	Tecnológicos		
Implementar un programa de reuniones de trabajo para el logro de objetivos, para el fortalecimiento de las capacidades en métodos de valoración aduanera	Desarrollo de talleres para las reuniones de trabajo, en cuanto a la valoración aduanera.	Planificación	Humanos	02 de setiembre al 30 de noviembre de 2016	El Gerente de la empresa y el Jefe de la Oficina de recursos humanos.
		Organización	Financieros		
		Ejecución	Materiales		
		Control	Tecnológicos		

