

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICO – HOTELERA



**“CALIDAD EN EL SERVICIO AL TURISTA EN LOS PUESTOS DE ADUANAS-
SUNAT DE LA REGIÓN TACNA – PERIODO 2016”**

TESIS

Presentada por:

Bach. YANIRA STEFANI VILA OPORTO

Para optar el Título Profesional de:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICO – HOTELERA

TACNA – PERÚ

2017

DEDICATORIA

A mis padres, por todo el apoyo que me han prestado todos estos años, por transmitirme su fuerza y perseverancia ante los obstáculos de la vida.

A mi hermana, quien nunca dudo de mi persona.

A mí 90 por ciento, que me motiva para ser una mejor persona, que me motiva a luchar y dar mi máximo esfuerzo cada día.

A él, quien siempre me brinda palabras de aliento y me muestra un futuro lleno de oportunidades.

RECONOCIMIENTO

A mis profesores, quienes contribuyeron con el desarrollo y mejora de este estudio, brindándome el conocimiento intelectual y humano.
A la Universidad Privada de Tacna y en especial a la Facultad de Ciencias Empresariales, por hacer de esta parte de mi vida una de las más satisfactorias y beneficiosas para mi persona.

INDICE

RESUMEN -----	1
ABSTRACT-----	2
INTRODUCCIÓN-----	3
CAPÍTULO I-----	5
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA -----	5
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA: -----	6
1.2 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN:-----	8
1.2.1 <i>Delimitación espacial:</i> -----	8
1.2.2 <i>Delimitación temporal:</i> -----	8
1.2.3 <i>Delimitación conceptual:</i> -----	8
1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA: -----	8
1.3.1 <i>Problema General:</i> -----	8
1.3.2 <i>Problemas Específicos:</i> -----	8
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN: -----	9
1.4.1 <i>Objetivo General:</i> -----	9
1.4.2 <i>Objetivos Específicos:</i> -----	9
1.5 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA: -----	10
1.6 ALCANCES Y LIMITACIONES EN LA INVESTIGACIÓN: -----	10
1.6.1 <i>Alcances:</i> -----	10
1.6.2 <i>Limitaciones:</i> -----	10
CAPÍTULO II-----	11

MARCO TEÓRICO-----	11
2.1 ANTECEDENTES DEL ESTUDIO: -----	12
2.2 DEFINICIONES OPERACIONALES:-----	14
CAPÍTULO III-----	19
ADUANAS-SUNAT-----	19
3.1 RESEÑA HISTÓRICA:-----	20
3.2 FINALIDAD:-----	21
3.3 MISIÓN Y VISIÓN:-----	21
3.3.1 <i>Misión</i> -----	21
3.3.2 <i>Visión</i> -----	21
3.4 PRINCIPIOS:-----	22
3.5 FUNCIONES:-----	24
3.6 TRIBUTOS QUE ADMINISTRA:-----	24
3.7 ORGANIGRAMA:-----	25
3.8 SERVICIOS QUE BRINDA LA ADUANA:-----	25
3.9 INTENDENCIA DE ADUANA DE TACNA:-----	26
3.9.1 <i>Ubicación Geográfica:</i> -----	26
3.9.2 <i>Funciones De La Aduana De Tacna:</i> -----	26
3.9.3 <i>Puestos de Control de Aduana de Tacna:</i> -----	27
3.9.4 <i>Importancia del Servicio de la Aduana de Tacna Frente al Turismo:</i> -----	34
CAPÍTULO IV-----	35
CALIDAD EN EL SERVICIO -----	35

4.1	SERVICIO: -----	36
4.1.1	<i>Tipos de Servicio:</i> -----	36
4.1.2	<i>Características del Servicio:</i> -----	38
4.1.3	<i>Ciclos del Servicio:</i> -----	40
4.1.4	<i>Servicio al Cliente:</i> -----	41
4.2	CALIDAD: -----	41
4.2.1	<i>Tipos De Calidad:</i> -----	42
4.2.2	<i>Niveles de Calidad:</i> -----	42
4.3	CALIDAD EN EL SERVICIO:-----	43
4.3.1	<i>Dimensiones de la Calidad en el Servicio:</i> -----	44
4.3.2	<i>Medición de la Calidad en el Servicio; Metodología Servqual:</i> -----	46
CAPÍTULO V -----		48
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION -----		48
5.1	HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN: -----	49
5.1.1	<i>Hipótesis General:</i> -----	49
5.1.2	<i>Hipótesis Específicas:</i> -----	49
5.2	OPERALIZACIÓN DE VARIABLE:-----	50
5.3	TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN: -----	50
5.3.1	<i>Tipo de investigación:</i> -----	50
5.3.2	<i>Nivel de investigación:</i> -----	50
5.3.3	<i>Diseño de investigación:</i> -----	50
5.4	POBLACIÓN Y MUESTRA: -----	50
5.4.1	<i>Población:</i> -----	50

5.4.2	<i>Muestra:</i>	-----	51
5.5	TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS:	-----	52
5.5.1	<i>Técnicas:</i>	-----	52
5.5.2	<i>Instrumento:</i>	-----	52
5.5.3	<i>Técnicas de Procesamiento de Datos:</i>	-----	52
5.5.4	<i>Selección y Validación de los Instrumentos de Investigación:</i>	-----	52
CAPÍTULO VI-----			54
MARCO OPERATIVO-----			54
6.1	DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO:	-----	55
6.2	PRESENTACIÓN DE RESULTADOS:	-----	55
6.2.1	<i>Datos Generales:</i>	-----	56
6.2.2	<i>Atención Al Turista:</i>	-----	61
6.2.3	<i>Atención de Quejas y Sugerencias:</i>	-----	72
6.2.4	<i>Eficiencia:</i>	-----	76
6.2.5	<i>Generación de Confianza:</i>	-----	81
6.2.6	<i>Orientación:</i>	-----	84
6.2.7	<i>Imagen Institucional:</i>	-----	85
6.2.8	<i>Utilización de Material Didáctico:</i>	-----	88
6.3	VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS:	-----	91
6.3.1	<i>Hipótesis General:</i>	-----	93
6.3.2	<i>Hipótesis Específicas:</i>	-----	93
CAPÍTULO VII-----			99

CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS	99
7.1 CONCLUSIONES:	100
7.2 SUGERENCIAS:	101
BIBLIOGRAFÍA	105
ANEXOS	108

INDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1. Mercancías Declaradas</i>	30
<i>Tabla 2. Turistas según Sexo</i>	56
<i>Tabla 3. Turistas según Estado Civil</i>	57
<i>Tabla 4. Turistas según Edad</i>	58
<i>Tabla 5. Turistas según Procedencia</i>	59
<i>Tabla 6. Respuesta de Pedidos y Dudas</i>	61
<i>Tabla 7. Horarios de Atención</i>	62
<i>Tabla 8. Servicio Óptimo.</i>	64
<i>Tabla 9. Disposición.</i>	65
<i>Tabla 10. Comportamiento Cortes.</i>	66
<i>Tabla 11. Trato Personalizado.</i>	68
<i>Tabla 12. Intereses.</i>	69
<i>Tabla 13. Necesidades Específicas.</i>	70
<i>Tabla 14. Resolución de Problemas.</i>	72
<i>Tabla 15. Conocimiento para responder Dudas.</i>	73
<i>Tabla 16. Registros para Errores y Sugerencias.</i>	75
<i>Tabla 17. Brinda Servicio de Calidad.</i>	76
<i>Tabla 18. Atención en Tiempo Coherente.</i>	78
<i>Tabla 19. Servicio Rápido.</i>	79
<i>Tabla 20. Confianza.</i>	81
<i>Tabla 21. Seguridad en Trámites.</i>	82
<i>Tabla 22. Información precisa en Trámites.</i>	84

<i>Tabla 23. Instalaciones visualmente Atractivas.</i>	85
<i>Tabla 24. Prejuicio por Referencias Negativas.</i>	87
<i>Tabla 25. Equipos Modernos.</i>	88
<i>Tabla 26. Materiales Didácticos Atrayentes.</i>	90
<i>Tabla 27. Detalle de resultados por Indicador.</i>	92
<i>Tabla 28. Escalas de Medición de la Calidad Aplicada.</i>	92

INDICE DE GRAFICOS

<i>Gráfico 1. Turistas según Sexo.</i>	56
<i>Gráfico 2. Turistas según Estado Civil.</i>	57
<i>Gráfico 3. Turistas según Edad.</i>	58
<i>Gráfico 4. Turistas según Procedencia.</i>	60
<i>Gráfico 5. Respuesta de Pedidos y Dudas.</i>	61
<i>Gráfico 6. Horarios de Atención.</i>	63
<i>Gráfico 7. Servicio Óptimo.</i>	64
<i>Gráfico 8. Disposición.</i>	65
<i>Gráfico 9. Comportamiento Cortes.</i>	67
<i>Gráfico 10. Trato Personalizado.</i>	68
<i>Gráfico 11. Intereses.</i>	69
<i>Gráfico 12. Necesidades Específicas.</i>	71
<i>Gráfico 13. Resolución de Problemas.</i>	72
<i>Gráfico 14. Conocimiento para responder Dudas.</i>	74
<i>Gráfico 15. Registros para Errores y Sugerencias.</i>	75
<i>Gráfico 16. Brinda servicio de Calidad.</i>	77
<i>Gráfico 17. Atención en Tiempo Coherente.</i>	78
<i>Gráfico 18. Servicio Rápido</i>	80
<i>Gráfico 19. Confianza.</i>	81
<i>Gráfico 20. Seguridad en Trámites.</i>	83
<i>Gráfico 21. Información precisa en Trámites.</i>	84
<i>Gráfico 22. Instalaciones visualmente Atractivas.</i>	86

<i>Gráfico 23. Prejuicio por Referencias Negativas.</i> -----	87
<i>Gráfico 24. Equipos Modernos. Elaboración: Propia/SPSS.</i> -----	89
<i>Gráfico 25. Materiales Didácticos Atrayentes. Elaboración: Propia/SPSS.</i> -----	90

INDICE DE ILUSTRACIONES

<i>Ilustración 1. Estructura Orgánica de la SUNAT.</i> -----	25
<i>Ilustración 2. Competencias Técnicas</i> -----	37
<i>Ilustración 3. Modelo SERVQUAL</i> -----	47
<i>Ilustración 4. Medición de la calidad en el servicio al Turista.</i> -----	93
<i>Ilustración 5. Medición de calidad en Atención al Turista.</i> -----	94
<i>Ilustración 6. Medición de calidad en la Atención de Quejas y Sugerencias.</i> -----	95
<i>Ilustración 7. Medición de Eficiencia.</i> -----	95
<i>Ilustración 8. Medición de la calidad en Generación de Confianza.</i> -----	96
<i>Ilustración 9. Medición de la calidad en Orientación.</i> -----	97
<i>Ilustración 10. Medición de utilización de Materiales Didácticos.</i> -----	97
<i>Ilustración 11. Medición de la percepción del turista antes de recibir el servicio.</i> -----	98

RESUMEN

La presente investigación se realizó en la Región de Tacna, Ciudad de Tacna, en las instalaciones de los puestos de ADUANAS-SUNAT; cuya finalidad es determinar la calidad en el Servicio al turista brindado por sus colaboradores; tomando la experiencia del turista como referencia, pues de sus aportes se lograra identificar las deficiencias que existen en el servicio, con el fin de aportar a la mejora de estas.

La investigación que sustenta esta tesis, yace en la metodología de la investigación utilizada; la cual se aplicó mediante encuestas a los Turistas.

Así mismo para esta investigación se estableció indicadores de medición de niveles de satisfacción, con el fin de obtener parámetros reales y comparativos referentes a la calidad en el servicio.

ABSTRACT

The present investigation was carried out in the Tacna Region, City of Tacna, in the facilities of the Customs-Sunat posts; Whose purpose is to determine the quality of the tourist service offered by its collaborators, taking the experience of the tourist as a reference, since their contributions will identify the deficiencies that exist in the service, in order to contribute to the improvement of these.

The research that supports this thesis, lies in the methodology of the research used; Which was applied through surveys to the Tourists.

Likewise, for this research, indicators were established to measure levels of satisfaction, in order to obtain real and comparative parameters related to quality in the service.

INTRODUCCIÓN

A continuación se presenta la tesis titulada CALIDAD EN EL SERVICIO AL TURISTA EN LOS PUESTOS DE ADUANAS-SUNAT DE LA REGION TACNA – PERIODO 2016 la cual tiene como objeto calificar la percepción de los turistas sobre el servicio brindado en los puestos de ADUANAS-SUNAT.

El Capítulo I: Planteamiento del Problema, en este primer punto se desarrolla la identificación, formulación, justificación del problema y por ende de la investigación.

El Capítulo II: Marco Teórico, nos indica los antecedentes de la investigación, los cuales nos permiten crear un marco de referencia, así mismo nos brindan bases teóricas y definiciones conceptuales las cuales nos permitirán un mayor entendimiento en el transcurso del desarrollo de la investigación.

El Capítulo III: ADUANAS-SUNAT, en este tercer punto nos indica toda la información referente a la Institución objeto de investigación. Desarrolla la historia, finalidad, principios, funciones a nivel local y nacional. Así mismo nos menciona el efecto que ejerce y su relación con la actividad Turística.

El Capítulo IV: Calidad en el Servicio, conceptualiza a profundidad conceptos de nuestra variable de estudios, que servirá para el mejor entendimiento de esta investigación.

El Capítulo V: Metodología de la Investigación, este capítulo empieza con el sistema de variable e hipótesis, así mismo hace mención de los aspectos técnicos metodológicos, tipo de investigación, nivel, diseño, muestras y las técnicas empleadas para desarrollar esta tesis.

El Capítulo VI: Marco Operativo, muestra los resultados obtenidos tras la recolección de datos y su respectiva interpretación, de esta manera contrastamos las hipótesis.

El Capítulo VII: Conclusiones y Sugerencias, en este último capítulo se plantea las conclusiones y recomendaciones correspondientes de esta manera se finaliza toda esta investigación

CAPÍTULO I
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción del problema:

Para iniciar este tema debemos saber que la SUNAT (Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria), es un organismo técnico especializado adscrito al MEF (Ministerio de Economía y Finanzas); el cual absorbió a la Superintendencia Nacional de Aduanas, asumiendo las funciones, facultades y atribuciones que por ley, corresponden a esta entidad.

Debemos saber que esta es la encargada del control de mercancías, pasajeros y vehículos; con la finalidad de registrar el tráfico de mercancías y cobrar los impuestos correspondientes, de la misma manera regula las mercancías cuyo proceder afecte la economía de la industria nacional, la salud pública, la paz o la seguridad de una nación.

Los puestos de control de la Aduana se ubican en puntos estratégicos, tales como fronteras, aeropuertos, terminales y otros.

Es de esta manera que se ve íntimamente relacionado con la actividad turística, dado su contacto directo con el turista, debido a los controles por el que este último debe someterse en el tránsito por el territorio nacional.

Se podría decir entonces que Aduanas es la presentación de nuestro país para el turista, claro está que en un inicio.

A pesar que dicha institución cuenta con infraestructura moderna, equipos tecnológicos de última generación y un número considerable de funcionarios distribuidos a los largo de nuestro país, es catalogada como una de las peores entidades gubernamentales.

El 2015 el 14% de las quejas recibidas en el libro de reclamaciones de esta entidad, cuestionan la actitud de indiferencia de sus funcionarios frente a las diversas problemáticas de los usuarios.

Estos reclaman ser escuchados y entendidos para obtener una solución efectiva a sus problemas.

Ese mismo año, se presentaron denuncias de abuso contra funcionarios de la institución, siendo los turistas los principales afectados por dicho maltrato; ¿La causa? : Oficiales de aduanas decomisan o limitan el traslado de mercancías adquiridas en los centros comerciales de la ciudad.

Para entrar en contexto, se debe saber que el 70% de la mercancía que se vende en los mercadillos ingresan al sistema de la Zona Franca de Tacna, por lo tanto tiene un tratamiento especial.

Un turista tiene la posibilidad de adquirir hasta 1000 dólares en productos subsidiados por viaje, siendo el máximo 3000 dólares anuales.

En los últimos días del mes de octubre del 2015 el ex dirigente comercial Sr. Pascual Chuculla, presentó una denuncia pública sobre los excesos de los funcionarios y como estos ahuyentan a los turistas que vienen de otras regiones del país y del extranjero para comprar productos, y exhortó a la Intendencia de Aduanas a fortalecer las capacidades del personal para de esta manera mejorar el control.

Estos síntomas reflejan que el servicio al Turista que brinda Aduanas pueden mostrar puntos de quiebre en relación a su calidad, por lo que de este hecho se constata como una excelente fuente de investigación y análisis.

En relación a lo anteriormente expuesto, se puede identificar las siguientes características de la problemática:

- Alto registro de número de quejas sobre la indiferencia de los funcionarios.
- Denuncias de Abuso.

1.2 Delimitación de la investigación:

1.2.1 Delimitación espacial:

La investigación se realizará en la región de Tacna.

1.2.2 Delimitación temporal:

La medición de la variable de estudio se llevará en el cuarto trimestre del año 2016.

1.2.3 Delimitación conceptual:

Calidad en el Servicio: Podemos conceptualizarla como el conjuntos de elementos tangibles o intangibles los cuales se someten a la evaluación del cliente, según la satisfacción obtenida al momento de recibir el servicio.

1.3 Formulación del Problema:

1.3.1 Problema General:

¿Cuál es el nivel de calidad del servicio al turista en los puestos de ADUANAS-SUNAT de la Región Tacna?

1.3.2 Problemas Específicos:

- ¿Cuál es el nivel de calidad en la atención al Turista en los puestos de ADUANAS-SUNAT de la Región Tacna?
- ¿Cuál es el nivel de calidad en la atención de quejas y sugerencias del turista en los puestos de ADUANAS-SUNAT de la Región Tacna?
- ¿Cuál es el nivel de eficiencia en el servicio al turista en los puestos de ADUANAS-SUNAT de la Región Tacna?
- ¿Cuál es el nivel de calidad en la generación de confianza al turista en los puestos de ADUANAS-SUNAT de la Región Tacna?

- ¿Cuál es el nivel de calidad en la orientación al turista en los puestos de ADUANAS-SUNAT de la Región Tacna?
- ¿Cuál es el nivel de utilización de material didáctico en el servicio al turista en los puestos de ADUANAS-SUNAT de la Región Tacna?
- ¿Cuál es la percepción del turista de la institución antes de recibir el servicio en los puestos de ADUANAS-SUNAT de la Región Tacna?

1.4 Objetivos de la Investigación:

1.4.1 Objetivo General:

Determinar el nivel de calidad del Servicio al turista en los puestos de ADUANAS-SUNAT de la Región Tacna.

1.4.2 Objetivos Específicos:

- Determinar el nivel de calidad en la atención al turista en los puestos de ADUANAS-SUNAT de la Región Tacna.
- Describir cuál es el nivel de calidad en la atención de quejas y sugerencias al turista en los puestos de ADUANAS-SUNAT de la Región Tacna.
- Analizar el nivel de eficiencia en el servicio al turista en los puestos de ADUANAS-SUNAT de la Región Tacna.
- Determinar el nivel de calidad en la generación de confianza al turista en los puestos de ADUANAS-SUNAT de la Región Tacna.
- Describir el nivel de calidad en la orientación al turista en los puestos de ADUANAS-SUNAT de la Región Tacna.
- Determinar el nivel de utilización de material didáctico en el servicio al turista en los puestos de ADUANAS-SUNAT de la Región Tacna.

- Determinar si es positiva o negativa la percepción del turista sobre la institución, antes de recibir el servicio en los puestos de ADUANAS-SUNAT de la Región Tacna.

1.5 Justificación e Importancia:

Al momento de planificar un viaje, habitualmente el principal elemento a considerar es el destino, es decir, el lugar; pero debemos saber que esto conlleva múltiples variables tal como: cultura, políticas, conflictos, seguridad, controles aduaneros documentarios y físicos correspondientes.

Así mismo, esta experiencia perderá o disminuirá su impacto en el turista, debido a que tan buena o mala fue la atención brindada; a pesar de, que tan espectacular pudiese haber sido el destino elegido; allí radica la importancia de la calidad en el servicio en el ámbito turístico.

El presente estudio se justifica porque permitirá utilizarse la información recopilada en este texto como marco referencial para la resolución de situaciones análogas a lo que aquí se plantea, que presentan otras entidades del Estado

1.6 Alcances y limitaciones en la investigación:

1.6.1 Alcances:

- Micro regional: La investigación se realizará en la provincia de Tacna y abarca los puestos de control de ADUANAS-SUNAT del terminal terrestre Manuel A. Odria, el Aeropuerto Internacional Coronel FAP Carlos Ciriani Santa Rosa, Vila Vila y el Control Fronterizo de Santa Rosa.

1.6.2 Limitaciones:

Se menciona como limitación que los turistas, en algunos casos no disponen de tiempo para contestar el cuestionario de la variable.

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes Del Estudio:

Luego de revisar múltiples trabajos presentados en las diferentes universidades se han encontrado las siguientes tesis:

Domingo Hernández, Celis, 2011. En su tesis, titulada “Administración Aduanera Efectiva para la mejora continua y competitividad del Servicio Aduanero”. Señala que tan importante es el clima y la cultura organizacional para lograr la eficacia en la administración aduanera. También nos indica que en los organismos del estado es un factor a favor que cuenten con la infraestructura y tecnología adecuada, sin embargo si no se cuenta con una cultura de servicio, no se puede facilitar la eficiencia y por ende la calidad. Cabe indicar que la administración aduanera tiene como función ser una facilitador de servicios y estos deben brindarse en óptimas condiciones para de esta manera cumplir su objetivo. El autor en este trabajo destaca las contextualizaciones de calidad a través de un mejoramiento continuo. Señala así mismo la importancia de conocer el desempeño de la entidad aduanera a través de la experiencia de los usuarios, con el único fin de brindar un servicio de primer nivel.

Las conclusiones a las que llego con este trabajo de investigación fueron que, el servicio aduanero cuenta con una solidad imagen, pero basta con tan solo un mal proceder hacia el usuario para que su percepción de la institución sea una no muy agradable. De su análisis de comportamiento de los usuarios observo que la mayoría de personas reiteran la necesidad de que los funcionarios aduaneros tengan un mejor trato y el mejoramiento continuo es parte fundamental.

De esta manera se recalca que no solo es necesario nueva infraestructura o tecnología si no también talento humano capacitado que se adapte a trabajar bajo presión.

Lane, M.H. (1999), "The impact of customs on transport and trade facilitation"; Banco Mundial/Naciones Unidas/CESPAP. En este trabajo nos indica que uno de los organismos más importantes del estado es la Aduana, sobre todo en países con una economía en vías de desarrollo. La primera impresión de los turistas, comerciantes, importadores, exportadores; se da en los puntos de control de la Aduana. Esta impresión tendrá un impacto negativo por distintos factores como, la lentitud que pudiesen encontrar en el servicio, la falta de capacitación en los colaboradores, la corrupción, o que falten a tratados internacionales a los que están adscritos; lo que pudiese tener como consecuencia que se reste interés a invertir o regresar de visita a dicho país. En esta tesis nos indica que la Aduana en muchos países es la principal fuente de ingresos para el estado, indicándonos que del 60% a más equivale la recaudación para el gobierno. En el mundo globalizado en el que vivimos las Aduanas juegan un papel importante a la hora de velar por la protección, salud, seguridad, el medio ambiente y por sobre todo la prevención del contrabando; por lo cual se han visto obligadas a aumentar su volumen de trabajo y la complejidad con la que lo realizan. Debido a las nuevas exigencias y ofertas en el mercado internacional se ha recomendado a las Aduanas estar atentos a las nuevas leyes en el campo de propiedad intelectual, inocuidad en los alimentos, materiales peligrosos y patrimonio cultural. Si bien es cierto, los más recientes tratados internacionales de comercio contienen mayores exigencias y hacen más complejas las responsabilidades y labores de las Aduanas; lamentablemente el nuevo ritmo de trabajo al que son sometidas las Aduanas disminuye notablemente su eficacia, por lo que recurren a pedir apoyo a organismos internacionales.

Pérez, V. (2006: 26-29). "Calidad Total en la Atención al Cliente". España. Ideas Propias. En esta tesis podemos observar que el autor sostiene que los sistemas de calidad en la atención se incorporan para de esta manera lograr los objetivos planteados por las políticas de calidad. El

feedback se alimenta de clientes, proveedores, controles y sus respectivas auditorias. Por ello para alcanzar la calidad en la atención se debe considerar los deseos del cliente y la experiencia como resultado de este. Este trabajo nos indica también que una de las maneras de lograr un servicio de calidad es superar las expectativas del consumidor, prever lo que desea e involucrarnos con el cliente.

2.2 Definiciones Operacionales:

- *Aduana:*

Unidad administrativa encargada de la aplicación de la legislación relativa a la importación y exportación de mercadería, como el control del tráfico de los bienes que se internan o externa de un territorio aduanero, realizando su valoración, clasificación y verificación, y de la aplicación y la fiscalización de un régimen arancelario y de prohibiciones (Cornejo).

- *Administración Aduanera:*

Órgano de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria competente para aplicar la legislación aduanera, recaudar los derechos arancelarios y demás tributos aplicables a la importación para el consumo así como los recargos de corresponder, aplicar otras leyes y reglamentos relativos a los regímenes aduaneros, y ejercer la potestad aduanera. El término también designa una parte cualquiera de la Administración Aduanera, un servicio o una oficina de ésta (Celis, 2011).

- *Autoridad Aduanera:*

Funcionario de la Organización Administrativa de la Aduana que, de acuerdo a la legislación y funciones establecidas ejerce con competencia la potestad brindada.

- ***Comiso:***

Pena o castigo que se somete al usuario, privándolo definitivamente de sus mercancías, las cuales pasan a ser custodiadas por el Estado para obtener un beneficio de estas.

- ***Consignante:***

Se denomina consignante al usuario ya sea en calidad de persona natural o jurídica, que realiza envíos de mercadería dentro del territorio nacional o al exterior del país.

- ***Consignatario:***

Se denomina consignatario al usuario ya sea en calidad de persona natural o jurídica, que recibe mercadería dentro del territorio nacional o en el exterior, siendo su nombre manifestado en el endoso del documento de envío.

- ***Control Aduanero:***

Son las agrupaciones de funciones realizadas por los funcionarios de Aduanas, con el objetivo de cumplir la ley aduanera o de cualquier otro decreto legislativo.

- ***Declaración aduanera de mercancías:***

Es uno de los más importantes documentos en la administración aduanera, en este el usuario indica bajo qué régimen debe someterse su mercancía, así mismo indica detalles de origen y destino para que el ente Aduanero aplique la correcta legislación.

- ***Declarante:***

Se denomina declarante al usuario que registra en la declaración aduanera las mercancías bajo su nombre.

- ***Formalidades Aduaneras:***

Son el conjunto de funciones llevadas a cabo por los interesados y funcionarios de la entidad aduanera con el objetivo de cumplir con la ley de aduanas.

- ***Incautación:***

Es aquella inmovilización de mercancía de manera forzosa realizada por el funcionario de Aduana, esta mercadería es trasladada a los almacenes correspondientes para de esta manera poder determinar su situación legal.

- ***Inmovilización:***

Es aquel acto preventivo en el cual la mercadería queda a la espera de las acciones correspondientes, de esta manera se somete a los controles respectivos que los funcionarios crean necesarios para su correcto tránsito.

- ***Mercancía:***

Es aquel bien o insumo capaz de ser clasificado en la nomenclatura arancelaria, de esta manera puede asimilarse al régimen aduanero correspondiente.

- ***Mercancía extranjera:***

Es aquel bien o insumo de origen exterior y que aún no se ha nacionalizado, también se incluye al bien o insumo producido dentro del territorio nacional pero nacionalizado en el exterior.

- ***Mercancía nacional:***

Es aquel bien o insumo producido y/o manufacturado dentro del territorio nacional, ya sea esta producción realizada con materias primas nacionales o nacionalizadas.

- ***Multa:***

Es otra penalización que se impone a los usuarios que han caído en infracciones aduaneras.

- ***Reconocimiento físico:***

Es aquella verificación de la declaración aduanera presentada, en la cual se comprueba que la mercadería corresponde al documento aduanero en medida, cantidad y clasificación.

- ***Revisión documentaria:***

Es aquella verificación de información presentada en la declaración aduanera y sus respectivos documentos de respaldo, tales como boletas y/o facturas y los permisos correspondientes.

- ***Zona franca:***

Es aquella zona delimitada territorialmente, en la cual toda mercadería tiene un trato especial, no se somete a los aranceles aduaneros convencionales si no es excluida y considerada como inexistente para la aplicación de aranceles e impuestos.

- ***Turismo de Compras:***

Debemos entender que este tipo de turismo el principal motivante es realizar compras, es decir enfocarnos en los precios, exclusividad de productos, tecnología, etc. Hay dos determinantes para realizar este tipo de turismo, el primero es que, en la ciudad donde radica el turista no exista productos parecidos ni semejantes a lo que busca, y el segundo factor es que el lugar del destino posea precios bajos a comparación de la ciudad en la que radica, he aquí uno de los beneficios de visitar y buscar zonas francas para este tipo de turismo.

- ***Calidad:***

Se podría decir que es aquella herramienta básica para comparar un bien o servicio con otros similares o iguales, a fin de obtener la mejor versión de este. Así mismo no hay que olvidar mencionar que no solo son el conjunto de cualidades sino también en el ámbito de servicio es la percepción de este, con el fin de obtener la máxima satisfacción del usuario.

- ***Turismo:***

Según la OMT lo define como: “La de las relaciones y servicios, resultantes de un cambio de residencia temporal y voluntaria, no motivada por razones de negocios o profesionales”. En sí,

podemos decir que el turismo es la agrupación de fenómenos a consecuencia de la movilización y estadía de las personas fuera de su entorno habitual, siempre y cuando sea por mero ocio y no por obtener un beneficio económico.

- ***Turista:***

Personas que realizan viajes dentro del territorio extranjero con el fin de recreación o descanso. Una de las principales características es que este permanece una noche al menos en un alojamiento, y podemos dividirlos en los:

- No residentes, también llamados extranjeros.
- Nacionales residentes en el extranjero.

Como conclusión podemos decir que un turista viaja voluntariamente, ya sea dentro de su país como fuera de este, permanece al menos una noche en el destino, pero su estancia no puede ser mayor a los 365 días. Así mismo no puede realizar más que actividades de ocio.

- ***Prejuicio:***

Es aquella acción que consiste en juzgar sin poseer conocimiento total y oportuno de las cosas o acciones. Podemos decir entonces que es una opinión previa de algo que se conoce poco o nada. Entonces estos son formados a partir de opiniones ajenas a las evidencias, críticas formadas sin tener fundamentos.

CAPÍTULO III
ADUANAS-SUNAT

3.1 Reseña Histórica:

La Superintendencia Nacional de Aduanas fue creada por Ley No. 24913, la cual era una Institución Pública Descentralizada del Sector Economía y Finanzas, con autonomía funcional, técnica, económica, financiera y administrativa (SUNAT, 2013). Así mismo la finalidad que tiene la Superintendencia Nacional de Aduanas es gestionar, inspeccionar y controlar dentro del territorio nacional, fiscalizando, aplicando sanciones y recaudando ingresos para el gobierno, los cuales han sido previamente señalados en la legislación.

En la actualidad se conoce como la SUNAT (Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria), bajo la Ley de creación N° 24829 conocida como Ley General la cual fue aprobada por Decreto Legislativo N° 501 y la Ley 29816, la cual indica que es un *“Organismo técnico especializado, adscrito al Ministerio de Economía y Finanzas, cuenta con personería jurídica de derecho público, con patrimonio propio y goza de autonomía funcional, técnica, económica, financiera, presupuestal y administrativa que, en virtud a lo dispuesto por el Decreto Supremo N° 061-2002-PCM, expedido al amparo de lo establecido en el numeral 13.1 del artículo 13° de la Ley N° 27658, quien absorbió a la Superintendencia Nacional de Aduanas, descrita anteriormente, asumiendo las funciones, facultades y atribuciones que por ley, correspondían a esta entidad”* (SUNAT, 2013).

Esta está ubicada legalmente y como agencia principal la capital de nuestro país, Lima. Así mismo tiene agencias en todo el territorio nacional.

3.2 Finalidad:

La finalidad de esta institución es encargarse de la recaudación que le concierne dentro del ámbito legal tanto sea para el gobierno central como para gobiernos locales, aplicando de una manera correcta las normativas y de esa manera evitar la evasión fiscal.

También abarca el ámbito internacional, verificando el tráfico de mercancías, medios de transporte y personas, actuando como facilitador en cada uno de estos servicios y cumpliendo con idoneidad los convenios y tratados internacionales.

Asimismo, la Aduana juega un papel importante en la lucha contra la minería ilegal así como del narcotráfico, ya que este organismo tiene también como principal función, velar por el control de las mercancías y/o productos que entran y salen del país, los cuales pueden ser usados para los fines ya mencionados; es por ello que la Aduana dentro de su reglamento tiene mercancías que son prohibidas y restringidas, las cuales cumpliendo ciertos requisitos pueden ingresar al territorio nacional, pero por otro lado hay mercancías que bajo ninguna circunstancia podrá ingresar al territorio nacional.

3.3 Misión y Visión:

3.3.1 Misión

Servir al país proporcionando los recursos necesarios para la sostenibilidad fiscal y la estabilidad macroeconómica, contribuyendo con el bien común, la competitividad y la protección de la sociedad, mediante la administración y el fomento de una tributación justa y un comercio exterior legítimo.

3.3.2 Visión

Convertirnos en la administración tributaria y aduanera más exitosa, moderna y respetada de la región.

- a) Exitosa, porque lograremos resultados similares a los de las administraciones de los países desarrollados
- b) Moderna, porque incorporaremos en nuestros procesos las tecnologías más avanzadas y utilizaremos los enfoques modernos de gestión de riesgo y fomento del cumplimiento voluntario para enfrentar con éxito los desafíos.
- c) Respetada por:
 - El Estado: por mantener niveles bajos de evasión y de fraude en la tributación interna y el comercio exterior, y contribuir a financiar los programas sociales y el desarrollo del país.
 - Los contribuyentes y usuarios de comercio exterior: porque aquellos que son cumplidores se sienten respetados; reciben todas las facilidades para el cumplimiento de sus obligaciones y tienen confianza en la capacidad de la institución de detectar y tratar los incumplimientos.
 - Sus trabajadores: porque laboran en una institución con mística, modelo dentro del estado; orgullosos de pertenecer a la organización y comprometida con su misión.
 - Sus trabajadores potenciales: porque es una institución atractiva para trabajar, que compite de igual a igual con las instituciones más atractivas del Estado y con las más respetadas empresas por los mejores egresados de las más prestigiosas instituciones educativas; y es capaz de atraer gente con experiencia que se destaque en el sector público o el privado.
 - Otras administraciones: porque la consultan y la toman como referente.

3.4 Principios:

a) Autonomía

Se considera a la SUNAT como un organismo autónomo, ya que tiene su propia reglamentación y debe actuar por criterio propio para el bienestar del estado.

b) Honestidad

La SUNAT debe cumplir su labor con total honestidad ya que ellos son un filtro contra la informalidad tributaria nacional como internacional para proteger de esa manera al estado y los productores nacionales.

c) Compromiso

La SUNAT debe estar enteramente comprometida con su labor ya que es el principal ente recaudador para el estado, por otro lado se encarga de proteger los intereses de los productores nacionales mediante medidas proteccionistas en el comercio internacional, así mismo son un facilitador para el comercio exterior por lo que deben cumplir su labor en horarios extendidos y extenuantes.

d) Profesionalismo

Los colaboradores al servicio de la SUNAT deben estar ampliamente capacitados en temas de comercio nacional e internacional, para actuar correctamente y no afectar a exportadores e importadores, en tributos internos para lograr hacer una justa y adecuada recaudación de impuestos a nivel nacional.

e) Vocación de Servicio

Sus colaboradores deben tener las actitudes y aptitudes adecuadas para realizar correctamente sus funciones, de esta manera brindar un servicio de calidad.

f) Trabajo en Equipo

Los colaboradores deben trabajar estrechamente debido que esto facilita una buena comunicación y por ende un óptimo desempeño, deben recordar que son un equipo y no un ente individual.

3.5 Funciones:

Dentro de las funciones de la SUNAT, encontramos que una de las principales es la administración de tributos y la recaudación de los mismos, esta función se complementa cuando propone al MEF nueva reglamentación en base a las falencias detectadas en el ejercicio anterior. Así mismo celebra acuerdos y tratados internacionales, sistematiza y ordena información estadística como resultado del comercio exterior.

La SUNAT tiene que cumplir todas sus funciones respetando por sobre todo los tratados y convenios internacionales en los que este adscrito, principalmente los de la OMA.

Cabe mencionar que esta institución tiene un muy largo listado de funciones, ya que no solo abarca el tema de comercio nacional, internacional, control del mismo, facilitador, temas de tributo interno, entre muchos otros; los cuales se pueden profundizar en la página web de esta institución.

3.6 Tributos que Administra:

Según la ley del sistema tributario la SUNAT administra los siguientes tributos: IGV, IR, RER, RUS, ISC, IPM, IPT, etc. Los cuales son recaudados eficientemente o en su defecto sancionados por esta institución.

Cabe mencionar que según ley los beneficiarios de esta recaudación pasan a ser entidades gubernamentales, como los gobiernos locales, con la finalidad de destinar nuevos proyectos de inversión y/o mejoramiento. Esta información puede ser visualizada y profundizada en la página web de la SUNAT, así como en su respectivo decreto legislativo N°771.

3.7 Organigrama:

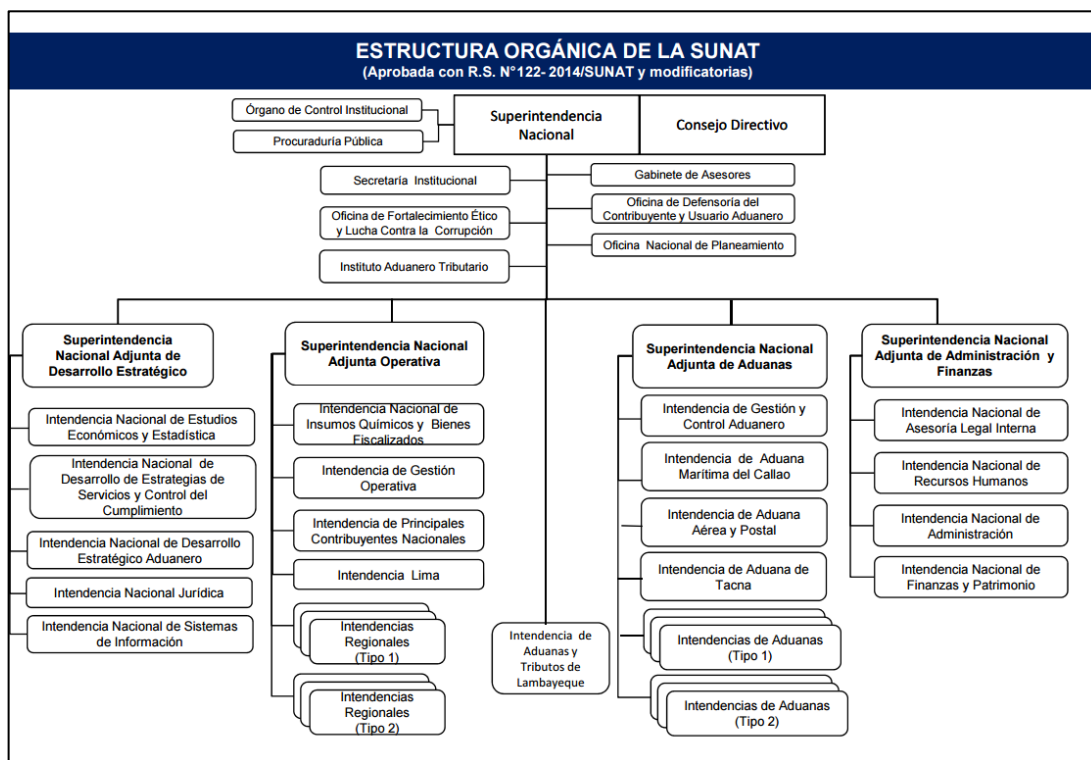


Ilustración 1. Estructura Orgánica de la SUNAT.
Fuente: Pagina web SUNAT

3.8 Servicios Que Brinda La Aduana:

a) *Importación*

- Importación para el consumo
- Importación de vehículos
- Importación Simplificada
- Pagos y Garantías
- Donaciones
- Otros procedimientos

b) *Exportación*

- Exportación definitiva

- Exportación Simplificada
- Otros procedimientos

c) Información Arancelaria

- Aranceles
- Clasificación Arancelaria
- Mercancías prohibidas y restringidas
- Acuerdos Comerciales

d) Otros Servicios

- Turistas y/o Viajeros : Equipaje y menaje
- Internamiento Temporal de Vehículos
- Salida temporal del turista sin el vehículo
- Envío Postal

3.9 Intendencia De Aduana De Tacna:

3.9.1 Ubicación Geográfica:

Tacna es capital del departamento del mismo nombre, perteneciente a la Republica del Perú, situada al sur del país, limita con los departamentos de Puno y Moquegua y con los países vecinos de Bolivia y Chile.

Comprende los espacios más áridos del desierto sur-costero, así mismo en su territorio encontramos espacios de la puna andina con una pequeña parte de la Cordillera de los Andes.

3.9.2 Funciones De La Aduana De Tacna:

Las funciones que cumple la Aduana de Tacna son de gran importancia para el estado. Podemos afirmar que el “Control y Fiscalización del Tráfico Internacional de Mercancías” es la función principal debido a su ubicación, como zona fronteriza.

En la ciudad de Tacna, la Aduana no solo se encarga del control internacional de mercancías (Importación y Exportación) sino que también debe controlar la movilización de dichas mercancías dentro del territorio nacional, debido a que estas tienen un tratamiento especial de exoneración de impuesto aduanero convencional y se rigen bajo una normativa de zona franca en este caso la Zofra Tacna.

3.9.3 Puestos de Control de Aduana de Tacna:

3.9.3.1 Puesto de Control Fronterizo Santa Rosa:

Este puesto de control fue recientemente modificado el 28-06-2014, mediante el D.S. N° 054-2004, este proyecto se declara prioritario debido al alto tránsito de turistas a nivel nacional.

El nuevo puesto fronterizo de Santa Rosa, fue inaugurado el 22-08-07.

Esta nueva construcción cuenta con tres áreas de atención, separándose entre vehículos particulares, empresas de transporte y vehículos de carga pesada, todo esto para una mayor facilitación en el control respectivo.

3.9.3.1.1 Servicios que Brinda:

a) Importación

Hay muchos métodos de importación dentro de los cuales los más usados son: Importación para el Consumo, en la cual básicamente es el ingreso de la mercancía para quedarse en el territorio nacional; Importación Simplificada, que son importaciones menores debido al valor; Importación de vehículos entre otros.

b) Exportación

Existen distintos métodos de exportación pero los principales son: Exportación definitiva, la cual es cuando una mercancía sale definitivamente del territorio aduanero; Exportación simplificada, son exportaciones menores por su valor, o en su defecto pueden ser muestras

comerciales; Exportación para la importación en su mismo estado, esta se usa comúnmente en nuestro país debido a la falta de tecnología y mano de obra calificada para maquinarias importadas de Europa o América del norte; entre otros procedimientos.

3.9.3.1.2. Servicios que brinda frente al Turismo:

a) Control de Equipaje y Menaje del Turista:

El cual consiste en la revisión física y documentaria del equipaje del turista. Existe una lista detallada en la cual se indica que bienes pueden ser transportados como equipajes y cuáles no. Esta información es brindada por la SUNAT mediante su página web y su respectivo reglamento. Como ejemplo podemos indicar que el turista pueden llevar hasta 3 litros de licor, siempre y cuando sea mayor de 18 años; así mismo cabe mencionar que si este licor fuera Pisco producido en otro país, se somete inmediatamente a su comiso debido a la denominación de origen del nombre.

Este punto quizás es el de mayor controversia, ya que se basa todo el reglamento en el criterio del funcionario, lo cual es perjudicial en la mayoría de casos para los turistas.

b) Control de Vehículos para Turismo:

Esta función de la SUNAT se basa en el ingreso, permanencia y salida de vehículos para la actividad turística a través del Complejo Fronterizo de Santa Rosa.

Cabe mencionar que este internamiento temporal del vehículo se da mediante un certificado, denominado CIT, siempre y cuando se cumpla los requisitos establecidos según los D.S. N° 015-87-ICTI/TUR Y N° 055-2005.

c) Salida temporal del turista sin el vehículo:

Este caso se presenta en situaciones de suma emergencia para el turista, al cual se le da la facilidad de salir del país sin su vehículo, siempre y cuando este cumpla con el procedimiento establecido en el INTA- PG.16 - Vehículos para Turismo.

d) Sanciones por incumplimiento del retiro oportuno del vehículo:

Según el reglamento aduanero se procedería a la incautación del vehículo si es que el turista no retirara el vehículo en el plazo determinado. Así mismo esta sanción no es definitiva pues se da la facilidad de poder regularizar sus papeles de permanecía siempre y cuando se presente ante la autoridad aduanera.

3.9.3.2 Puesto de Control Tomasiri:

El puesto de Control Aduanero está ubicado en plena carretera Panamericana Sur, Kilometro 1257, Departamento de Tacna. Provincia de Tacna y Distrito de Sama Inlan.

3.9.3.2.1. Servicios que Brinda:

a) Control de vehículos de transporte de carga con mercancías nacionalizadas:

Se encarga de controlar que los vehículos de carga que estén saliendo de la zona franca, cumplan con toda la documentación y hayan cancelado debidamente sus impuestos para ser nacionalizados y distribuidos a lo largo del territorio nacional.

Las mercaderías que llegan a zona franca pueden ser retiradas por despachos completos o parciales, las cuales deberán ser declaradas según la siguiente tabla:

Tabla 1
Mercancías Declaradas

Tipo de traslado	DUA	Declaración simplificada
Total	Ejemplar que corresponde al importador según el Procedimiento INTA-PG.01	Copia carbonada color rosa
Parcial	Copia autenticada por el agente de aduana	Copia autenticada por el agente de aduana o copia simple si no ha intervenido el agente de aduana

Datos obtenidos en el campo (Fuente: página web SUNAT)

b) Control de vehículos de carga con mercancía de otros regímenes aduaneros:

En este punto se refiere sobre todo a los regímenes que abarca tránsito internacional, que pueden ir del extranjero directamente al territorio nacional, mas no destinado a zonas francas, por ello es que se le denomina tránsito. Así mismo existe mercadería la cual proviene del extranjero a otro país ajeno pero ingresa al territorio nacional solo como tránsito, por lo cual le dan una cantidad determinada de horas o días para salir del país, ya que esa mercadería no debe descargarse en territorio nacional.

3.9.3.2.2. Servicios que Brinda Frente al Turismo:

a) Control de vehículos de transporte interprovincial de pasajeros:

Este punto comprende principalmente controlar que los pasajeros que se dirigen de Tacna a otro departamento del Perú, a ellos se les solicita sus declaraciones respectivas si sus productos obtenidos están en el régimen de zofra Tacna, si tuviesen boletas de régimen general no tendrían que presentar ningún otro documentos sustentatorio.

b) Control de vehículos de transporte internacional de pasajeros:

Así como en el punto anterior se procede a realizar una revisión física y documentaria de declaraciones aduaneras, esto a pesar de que este vehículo proveniente del exterior ya paso un control respectivo en frontera; esto se debe a que estos vehículos hacen una parada en la ciudad de Tacna, por lo que los turistas en la gran mayoría de casos compran productos provenientes de la zofra Tacna y creen que no deben declararlos por ya haber pasado un control aduanero. Cabe mencionar que las bodegas de estos vehículos de transporte no pueden ser abiertas debido a que en el control fronterizo la se revisó y se puso un precinto de seguridad, si se diera el caso que este estuviera forzado o roto en este puesto aduanero nuevamente procederán a realizar una revisión física.

c) Control de vehículos particulares:

Aquellos turistas que viajen con su vehículo particular deben presentar el certificado de internamiento entregado en la frontera del país, así mismo presentaran la declaración de equipaje y el funcionario hará una revisión menos exhaustiva.

3.9.3.3 Puesto de Control Vila Vila:

Este puesto de control se ubica a los 58 km de la carretera Costanera, de la Provincia de Tacna.

3.9.3.3.1. Servicios que Brinda:

a) Control de vehículos de transporte de carga con mercancía nacionalizada y Control de vehículos de transporte de carga con mercancía de otros regímenes y operaciones aduaneras:

Este procedimiento es el mismo que en la descripción anteriormente realizada del puesto de Control de Tomasiri.

3.9.3.3.2. Servicios que Brinda Frente Al Turismo:

a) Control de vehículos de transporte interprovincial de pasajeros:

De la misma forma explicada en el punto anterior del puesto de control de Tomasiri, en este puesto de control se solicita al transportista la lista de pasajeros con sus respectivas declaraciones..

b) Control de vehículos particulares:

Dado el alto tránsito de esta carretera, la revisión más que documentaria es física, no por ello el turista debe tener a la mano los documentos respectivos, más aun de ser el caso de un internamiento temporal de vehículo.

3.9.3.4 Puesto de Control Aeropuerto Internacional Coronel Fap Carlos Ciriani:

El Aeropuerto Internacional Coronel FAP Carlos Ciriani de Tacna, se ubica a 5 km de la Ciudad de Tacna.

Este aeropuerto está bajo la administración del consorcio de Aeropuertos Andinos y recibe vuelos comerciales nacionales, vuelos chárter y de la fuerza armada nacional en su mayoría.

Es en este recinto donde se encuentra ubicado un puesto de control aduanero, el cual comparte instalaciones con personal de la Zofra Tacna.

3.9.3.4.1. Servicios Que Brinda:

a) Embarque de Mercancías:

Es aquella revisión física y documentaria de la mercadería a enviar por el medio aéreo, luego de esto se procede a sellar toda mercadería con un precinto de seguridad y se ingresa respectivamente al módulo de la SUNAT.

3.9.3.4.2. Servicios que Brinda Frente al Turismo:

a) Embarque del equipaje, pasajeros:

Luego que el turista se haya registrado con la aerolínea se procede a pasar a la oficina de aduanas para presentar la declaración de los productos adquiridos en la zona franca, así mismo si no tuviera alguna mercadería de este régimen, se procede a pasar todo equipaje mediante un scanner para observar su contenido, si se diera el caso de encontrar alguna anomalía se procederá a comunicar a la aerolínea para que llame al usuario para la respectiva revisión.

3.9.3.5 Puesto de Control Terminal Terrestre Manuel A. Odria:

Ubicado en Tacna en la calle Hipólito Unanue s/n.

3.9.3.5.1. Servicios que Brinda:

a) Embarque de mercancías:

el propietario de la mercadería debe apersonarse a la oficina de la SUNAT para presentar la documentación pertinente para el proceso de movilización dentro del territorio nacional de la mercadería, de estar todo conforme la Aduana procede a sellar la mercadería y dar su aprobación para que con dicho documento el propietario pueda acercarse a la empresa de transporte de su preferencia para realizar el envío correspondiente.

3.9.3.5.2. Servicios que Brinda Frente al Turismo:

a) Embarque del equipaje y encomiendas:

Este procedimiento se realiza en el puesto ubicado dentro del terminal, para lo cual el turista o usuario se presenta en el puesto, en el horario de 08:00 horas hasta las 20:00 horas, el procedimiento consiste en presentar la carga sin cerrar para su correcta inspección. Concluida la revisión se procede a sellar la encomienda o bulto con una cinta de seguridad y el sello respectivo. Cabe mencionar que en dicha revisión el turista debe presentar las boletas de los

productos a enviar si fuera el caso de electrodomésticos, todos estos deben ser nacionalizados, si se presentara el caso de intentar enviar productos provenientes de la Zofra Tacna, se negara el envío de estas debido a su tratamiento especial según reglamento.

Cabe mencionar que está prohibido hacer el envío de ropa de uso, considerado equipaje acompañado; pero puede hacerse una excepción si el propietario de la indumentaria va a viajar por medio aéreo y cuenta con su pasaje o ticket físico, evitando así el cobro por equipaje adicional.

3.9.4 Importancia del Servicio de la Aduana de Tacna Frente al Turismo:

Podemos iniciar manifestando que la presencia de la Aduana en la ciudad de Tacna es un facilitador de la política turística en nuestra ciudad.

Por esta razón no solo hay que pensar que es la reguladora del tráfico ilícito de mercancías, sino más bien un promovedor de la actividad turística, con el objetivo de contribuir a su desarrollo y como consecuencia al desarrollo local y nacional económico.

También podemos añadir a su importancia que, gracias a los múltiples controles de personas y mercancías se elaboran estadísticas de flujo de personas, las cuales nos sirven para observar la realidad del potencial turístico para en un futuro o presente elaborar nuevas políticas turísticas, comerciales, etc. Sino también para nuestros microempresarios y/o emprendedores locales, quienes toman estas fuentes para tomar decisiones de inversión.

CAPÍTULO IV
CALIDAD EN EL SERVICIO

4.1 Servicio:

Según Kotler, Bloom y Hayes (2004), indican que el servicio es una obra un acto intangible, una experiencia. Para crear este podría estar relacionada o no a bien físico. Por otro lado los autores Lamb, Hair y McDaniel, (2002), indican que el servicio es el producto de acciones humanas y mecánicas ya sea dirigida a una persona o un objeto. Indican también que estos servicios es el resultado del esfuerzo y optimo desempeño, pero irónicamente no se pueden tener físicamente.

Sin embargo en el libro de Lovelock (2009), señala que el servicio es básicamente darle un valor agregado al producto final mediante tres factores los cuales son: Acciones, Procesos y Ejecuciones. Con la finalidad de obtener una beneficio económico.

Podemos concluir de acuerdo a los conceptos de estos autores que, los servicios son meramente intangibles, los cuales tiene como finalidad dar un valor agregado a través de esfuerzos humanos, buscando de esta manera la satisfacción total del cliente y por ende un beneficio económico.

4.1.1 Tipos de Servicio:

Según Young (s/f), aunque las empresas adopten determinadas políticas o en su defecto planes estratégicos para mejorar su servicio y de esta manera lograr la fidelización de los clientes; la actitud de los colaboradores será determinante para llevar a cabo los métodos ya mencionados, debido a que su actitud positiva o negativa será la herramienta para lograr el éxito o el fracaso del objetivo de la empresa.

Para el autor López (2001), también concuerda con que el servicio se basa en la actitud positiva o negativa de su personal. Entonces basándonos en esta interpretación del autor, podemos decir que hay dos variables determinantes, la primera el trato al cliente, la cual se

enfoca en el desarrollo de nuevas estrategias y actitudes del personal para enfatizar al cliente como el factor más importante del negocio. La otra determinante se basa en las competencias técnicas del personal.

El autor Van Arcken (2012,) indica que las habilidades del personal en el desempeño de sus actividades, juega un papel muy importante, por lo que el conocimiento técnico y específico deben ser potencializados con una constante práctica. Con esto el éxito en la ejecución del servicio, podría estar casi asegurada. No obstante indica que toda situación es variable dependiente en el rubro en que se desempeñe la empresa.

Para López, según las variables planteadas, indico 4 tipos de servicio en las organizaciones e identifico enunciados que se asocian a las competencias técnicas y el servicio al cliente.

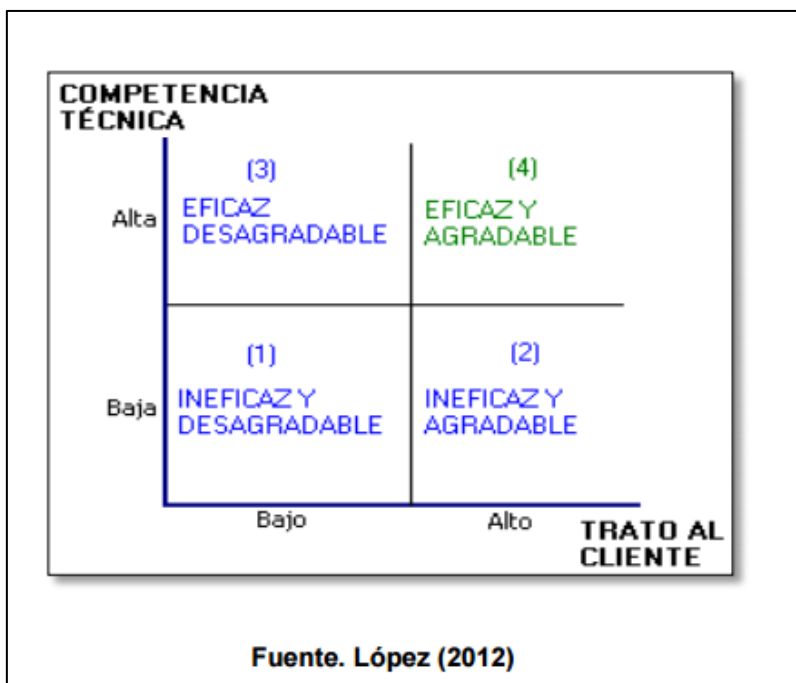


Ilustración 2. Competencias Técnicas

Con la apreciación de tantos autores podemos concluir que el éxito de una organización se basa fundamentalmente en el correcto desempeño de su personal, es más, podemos afirmar que

mientras más vinculado se encuentre el trabajador con la empresa, mayor será la entrega de este para lograr los objetivos de la organización.

Respecto a la ilustración N° 2, nos indica que el cuadrante número 1, el cual es un servicio ineficaz y desagradable, esto como resultado del mal trato al cliente y una muy baja competencia técnica.

A continuación ubicamos el cuadrante número 2 y 3, encontramos un servicio ineficaz e irónicamente agradable y un servicio eficaz y desagradable, quiere decir que gracias a las buenas competencias del personal encargado de la atención distrae del pésimo producto adquirido en la empresa y viceversa.

Para finalizar el cuadrante número 4, encontramos la idoneidad, un servicio eficaz y agradable, en el cual las competencias técnicas y el servicio al cliente han encontrado un equilibrio perfecto. El personal busca la superación, la empresa busca la satisfacción total del cliente.

4.1.2 Características del Servicio:

Según estos autores podemos mencionar 4 características que diferencian al servicio del producto.

a) Intangibilidad.

Esta característica es la que genera mayor controversia debido que, indica que un servicio no se puede saber cómo resultara hasta comprarse y vivirlo.

Según Kotler (2002), indica que el cliente busca referencias para obtener un servicio de calidad, hace referencia también que si el cliente no tiene referencias busca lo visualmente atractivo en base al personal, equipo e infraestructura.

La gran mayoría de servicios adoptan esta característica de intangibilidad, no son productos si no el resultado de múltiples acciones.

Ya que todos los servicios no se pueden verificar antes de ser consumidos ni por ende asegurar que este será de calidad es tarea del proveedor ADMINISTRAR LOS INDICIOS, esto significa que deber lograr hacer TANGIBLE lo INTANGIBLE.

b) Inseparabilidad.

Según Kotler (2002), la relación de cliente-empresa es característica fundamental en el mercado de servicios, esto quiere decir que dicha interacción afecta el servicio final.

Según esta apreciación se concluye que esta característica yace en la producción del servicio, la fabricación y consumo es en el mismo momento.

c) Heterogeneidad.

Mientras más profundizamos en las características del servicio, es claramente que la homogeneidad de este es imposible, dado su alta complejidad al momento de producirlos y la tan variable manera en que resulta el producto, ya sea por factores de producción, cliente, etc. De esta manera asegurar que la calidad sea constante y homogénea es muy difícil, ya que nuestro sustento son percepciones, en otras palabras es lo que la empresa cree brindar con lo que el cliente cree recibir.

Con esto podemos afirmar que los bienes pueden estandarizarse en su totalidad, pero los servicios no. Esto básicamente por el gran porcentaje por no decir su totalidad de elaboración humana. Si este último fuera afectado por factores ajenos al ambiente laboral como su salud, podemos predecir que el resultado de su desempeño no será el 100%. Por este motivo es difícil asegurar la calidad del servicio antes de consumirlo.

No por ello significa que los servicios no puedan tratar de alcanzar una estandarización, esto se logra a través de capacitaciones continuas, de esta manera generar un alto grado de confianza.

d) Carácter perecedero.

Esta última característica del servicio nos indica, que este tiene a expirar y desaparecer, a diferencia de un producto este no puede almacenarse. Sin embargo hay múltiples servicios los cuales son mucho más susceptibles ante esta característica. Las empresas deben ser conscientes sobre el flujo de ventas, ya sea en temporada alta o baja y de esta manera pueden equilibrar su desempeño para no verse perjudicadas a lo largo del tiempo.

Entonces podemos concluir que un servicio no brindado, no puede volver a ofrecerse en otro momento, he ahí la consecuencia de esta característica.

4.1.3 Ciclos del Servicio:

Kanglenene y Gary (1999), nos explican la cadena de procesos que se deben presentar para lograr una experiencia y así poder posicionarnos en la mente del cliente, para que este logre determinar si sus necesidades fueron satisfechas.

De la misma forma Jiménez (2001), llego a la conclusión que el ciclo del servicio esta comprendido por 3 pasos: El primero es la Iniciación, en cual consiste en la llegada al establecimiento donde tendrá lugar la primera interacción cliente- colaborador; el segundo paso sería el Momento de la Verdad, el cual se constituye con distintos factores como la interaccion continua con los colaboradores y el espacio de trabajo ,lo que determinara su valoración acerca de la calidad del servicio prestado; el último paso se denomina Fin, el cual consiste en interactuar por última vez cliente-colaborador, suele ser en muchos casos el paso más importante ya que el cliente evalúa la atención y la compara con sus expectativas.

Podemos decir que en el proceso del servicio, en un inicio, desenlace o fin, indica al empresario la realidad de su empresa, ver si esta satisface al usuario o en su defecto está muy lejos de hacerlo.

Los autores Kurtz y Clow (2004), indican que muchas de las empresas para alcanzar el éxito en nuestra actualidad, deben enfocarse en alcanzar la satisfacción del cliente mediante un servicio de calidad.

4.1.4 Servicio al Cliente:

Según el autor Kotler (1996), indica que el servicio al cliente es consecuencia de múltiples necesidades de los clientes, las cuales hacen a este buscar una manera de satisfacerlos.

Nuevamente López (2001), refiere que el servicio está determinado por el comportamiento de nuestros colaboradores y que la capacitación de este y un buen clima laboral son determinantes para su óptimo desempeño.

Entonces si nosotros consideramos lo que estos autores indican, podemos definir al servicio al cliente como el resultado del desempeño de nuestros trabajadores.

4.2 Calidad:

En el estado venezolano según ley, indica en el artículo cuatro a la calidad como “Un conjunto de cualidades inherentes a un servicio o bien, las cuales satisfacen necesidades y expectativas”.

Según Galvis (2011), indica que la calidad esta meramente enfocada a satisfacer totalmente las necesidades del cliente. Entonces podemos decir que la calidad se basa en la percepción del cliente y si califica como bueno o malo el servicio.

Como podemos apreciar, conceptualizar a la calidad es sumamente complejo. La interpretación de esta es variable según los individuos que intentan conceptualizarla. Lo que si

podemos concluir es que según los múltiples autores estudiados quien define si un bien o servicio es de calidad, es el cliente.

4.2.1 Tipos De Calidad:

Para el autor Sandoval (2002), indica en su publicación que existen 2 tipos de calidad, presentes cuando se brinda un servicio, las cuales son:

a) Calidad Funcional.

Este primer concepto de calidad, señala a todos los componentes que participan en la creación del servicio tal como las competencias, desempeño, empatía, etc.

Según refiere Jiménez (2001), indica que aunque una empresa posea un alto nivel de calidad al momento de brindar un servicio, si su personal fallara en el procedimiento convencional esto perjudicaría las expectativas del consumidor. Esto debido que en el desenlace hubo un error.

b) Calidad Técnica.

Es aquella enfocada en el momento de la verdad, el cual nosotros sabemos que es una de las principales partes al momento de brindar un servicio, esta busca una óptima interacción que como consecuencia obtenga que el cliente sienta satisfechas sus necesidades.

4.2.2 Niveles de Calidad:

Ya que hemos conceptualizado tan profundamente a la calidad, debemos saber que existen 4 niveles para llegar a ella. A continuación las mencionaremos e indicaremos que significa cada una de estas.

a) El control de la calidad:

Se podría decir que es aquella intervención, que da como resultado comparar los datos obtenidos para sí observar si se está cumpliendo los objetivos planteados.

b) El aseguramiento de la calidad:

Consiste en verificar el cumplimiento de un proceso establecido para obtener como resultado alcanzar los objetivos planteados.

c) La administración de la calidad:

Su objetivo es asegurar la calidad mediante acciones de dirección, organización y control.

d) La calidad total:

Podemos definir a la calidad total como una filosofía de vida empresarial, para de esta manera detectar fallas a lo largo del proceso y de esta manera lograr la calidad total; en este proceso las fallas son totalmente admisibles, la labor radica en detectarlas y tomar acciones para contrarrestar las falencias registradas.

Para lograr la calidad total no basta con dar un servicio de calidad, ampliar los servicios brindados; más bien detectar cuáles son las necesidades específicas de los clientes, para enfocarnos en ellas y explotarnos.

4.3 Calidad en el Servicio:

La calidad en el servicio no se define por brindar un buen servicio en base a los objetivos de la empresa, más bien la calidad en el servicio es determinada por el cliente; esta se determinara mediante una simple ecuación donde se compara la expectativa del cliente con el servicio brindado. En dicha ecuación observamos que el factor determinante será la expectativa del cliente debido a que dicho factor será variable mas no el servicio brindado por la empresa; ya que esta deberá estar al pendiente de las necesidades de los clientes para que dicha ecuación no le dé un resultado desfavorable.

Entonces según lo planteado podemos definir los siguientes términos:

a) *Calidad real:*

Es aquella brindada por la organización que brinda un servicio.

b) *Expectativa de la calidad:*

Es aquella que espera recibir el cliente al momento de optar tomar un servicio.

c) *Calidad percibida:*

Es aquella percepción del cliente con respecto al servicio brindado por la empresa, teniendo como base la satisfacción del cliente.

4.3.1 Dimensiones de la Calidad en el Servicio:

Ya sabiendo que influye sobre las expectativas de los clientes, evaluaremos un poco más afondo estos elementos. Según los autores Moreno, Luzón y otros (2001), serían las siguientes:

a) *Elementos tangibles:*

Serian básicamente todo lo que visualmente pueda percibir el cliente al momento de recibir un servicio. Podríamos decir que una impresión agradable determina si el cliente toma o no el servicio, pero esto no significa que si lo toma regrese nuevamente.

b) *Confiabilidad:*

Este punto se enfoca básicamente en que el servicio brindado debe ser exactamente igual y cumplir con todas las especificaciones prometidas con anterioridad.

c) *Capacidad de respuesta:*

Se refiere a que tan eficaz es una empresa a la hora de cumplir sus compromisos, si a la hora de ofrecer un servicio en el cual ellos prometen 3 elementos como un pollo a la brasa, ensalada y refresco, evidentemente el elemento de mayor importancia es el pollo a la brasa, si ellos cumplen con entregar el pollo a la brasa, la ensalada mas no el refresco, no es un servicio eficiente , debido a que a pesar de entregar el producto principal no cumplieron con la orden completa; de

igual manera si ellos hubiesen entregado ensalada y refresco , tampoco sería un servicio eficiente debido a que falta el elemento principal.

La capacidad de respuesta nos habla sobre que a la hora de cumplir un pedido sea tangible o intangible no importa que tan significativo o insignificante sea cada uno de los elementos, si no que se debe cumplir con cada uno de ellos.

d) Seguridad:

Nos indica la fusión de elementos tangibles e intangibles al momento de producir un servicio, y que estos en equilibrio puedan obtener como resultado la credibilidad y la confianza del cliente.

e) Empatía:

Pues esta dimensión se basa en la capacidad del empleado de notar las necesidades de los clientes, de esta manera encontrar en mejor producto y/o servicio que se acople a este.

Aunque en múltiples comerciales televisivos indican que la empatía es ponerse en el lugar de otra persona, estudios han obtenido que para que el cliente considere empático al trabajador debe cumplir tres aspectos primordiales, los cuales serían: La facilidad de contacto, Comunicación y Gustos o necesidades. El primero de estos consiste en que tan fácil es contactar con la empresa, podríamos decir que tan fácil es llegar, que tan fácil es comunicarse y que tan fácil es encontrar una respuesta a sus necesidades. Con respecto a la comunicación es básicamente que tan fácil es entenderlos y dejarse entender. Para finalizar, el último punto indica que tan único quiere sentirse el cliente, es decir busca sentir que la empresa le otorgue algo único y pensado específicamente para satisfacer sus necesidades.

f) Competencia del Personal:

El turista evalúa la entrega del personal, que tan competente es; la cortesía, el conocimiento, el dominio y lo más importante, si él puede crear un vínculo con el usuario, crear confianza.

Es bien sabido que muchos de los usuarios no saben que es lo que desean y es función del personal orientarlos y sugerirles. Cabe mencionar que si el cliente percibe que el personal no es lo suficientemente competente no tomara en cuenta las sugerencias de estos.

g) Actitud del Servicio:

Esta es una de las principales deficiencias las cuales son percibidas por el cliente, ellos sienten que no hay un compromiso por parte de los colaboradores. Podemos decir que este seria el segundo factor más importante durante una evaluación de calidad en el servicio.

4.3.2 Medición de la Calidad en el Servicio; Metodología Servqual:

Para este trabajo de investigación hemos tomado como referencia esta metodología creada por los catedráticos Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988), en su publicación “Delivering Quality Service”, la cual sirve para poder calificar los servicios mediante una escala dividida en cinco dimensiones y representadas con un instrumento de recolección de 22 preguntas. Esta herramienta nos ayuda a comprender qué valor le da el cliente al servicio recibido.

Cabe mencionar que las dimensiones elegidas por estos autores son las siguientes: Capacidad de respuesta, Confiabilidad, Seguridad, Tangibilidad y Empatía, todas estas nos ayudan a cuantificar el grado de satisfacción del cliente y por ende la calidad en el servicio.

Esta metodología está dividida en dos partes según los autores:

- Podemos decir que la primera está enfocada en la perspectiva del cliente sobre el servicio recibido, es decir su expectativa.

- La segunda está enfocada a las percepciones del cliente, es decir a la recepción luego de haber recibido el servicio.

Según los autores indican que la calidad en el servicio es el producto de la diferenciación de expectativas y percepciones del cliente. Con esta metodología no solo evaluaremos a la empresa u organización sino más bien es una herramienta para una mejora continua de esta.

Así mismo la metodología SERVQUAL podría ser afectada por ciertas condiciones a las que se someten los clientes tales como: Recomendaciones y opiniones de otras personas, Necesidades personales, Experiencias anteriores con el servicio y publicidad realizada por la empresa.

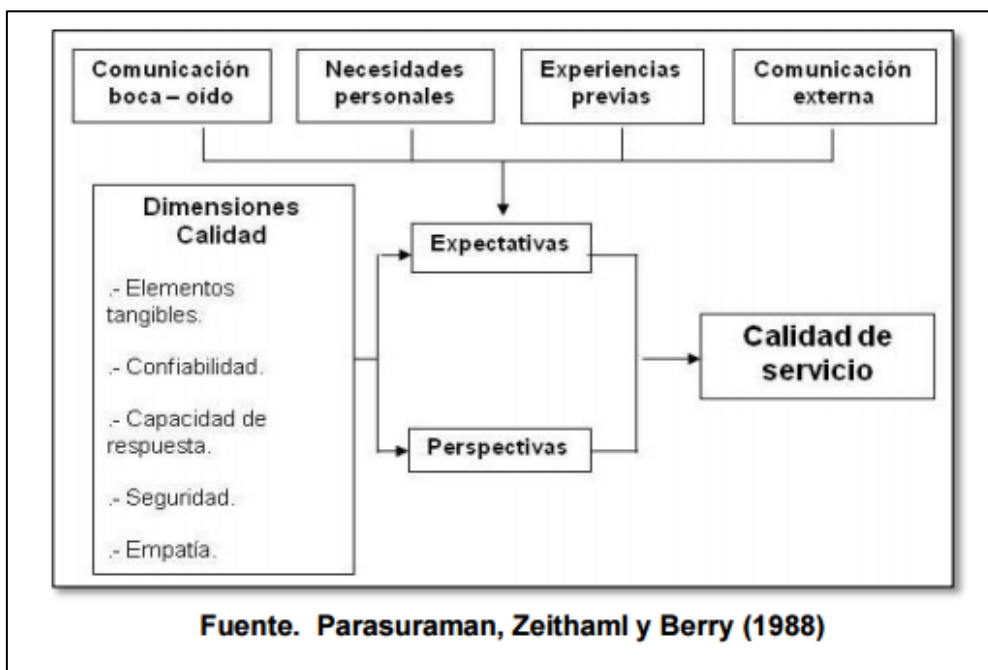


Ilustración 3. Modelo SERVQUAL

CAPÍTULO V
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION

5.1 Hipótesis de la Investigación:

5.1.1 Hipótesis General:

El nivel de calidad del servicio al turista en los puestos de ADUANAS-SUNAT de la Región Tacna, es bajo.

5.1.2 Hipótesis Específicas:

- El nivel de calidad en la atención al turista en los puestos de ADUANAS-SUNAT de la Región Tacna, es bajo.
- El nivel de calidad en la atención de quejas y sugerencias al turista en los puestos de ADUANAS-SUNAT de la Región Tacna, es bajo.
- El nivel de eficiencia en el servicio al turista en los puestos de ADUANAS-SUNAT de la Región Tacna, es bajo.
- El nivel de calidad en la generación de confianza al turista en los puestos de ADUANAS-SUNAT de la Región Tacna, es bajo.
- El nivel de calidad en la orientación al turista en los puestos de ADUANAS-SUNAT de la Región Tacna, es bajo.
- El nivel de utilización de material didáctico en el servicio al turista en los puestos de ADUANAS-SUNAT de la Región Tacna, es alto.
- La percepción del turista sobre la institución antes de recibir el servicio en los puestos de ADUANAS-SUNAT de la Región Tacna, es negativa.

5.2 Operalización de Variable:

- *Calidad en el Servicio:*

Esta variable se puede medir operacionalmente con la escala de Likert porque a través de sus respuestas graduales permite medir aspectos que comprenden las ciencias sociales; se incluyen siete indicadores agrupados en la dimensión denominada “Calidad en el servicio” (ver Anexo 2).

5.3 Tipo y Diseño de la Investigación:

5.3.1 Tipo de investigación:

Esta investigación es de tipo aplicada, debido que se realizara la búsqueda y aplicación de conocimientos adquiridos en función de resultados de investigación básica.

5.3.2 Nivel de investigación:

El nivel de esta investigación corresponde el estudio es descriptivo. Este nivel intenta determinar propiedades y características, así como rasgos importantes del objeto en análisis, en el caso, referido a la Calidad en el Servicio al Turista. La medición de la variable en forma independiente se encargará de estudiar a detalle las propiedades de la misma.

5.3.3 Diseño de investigación:

Esta investigación es de diseño no experimental trasversal, puesto que su recolección de la información se hará dentro de un tiempo determinado.

Además se tomará un diseño prospectivo puesto que se recogerán datos primarios que caracterizan a la variable en análisis.

5.4 Población y Muestra:

5.4.1 Población:

En esta investigación la población está comprendida por turistas que visitan la Región de Tacna.

5.4.2 Muestra:

Para calcular la muestra se ejecutaron las siguientes operaciones:

Nivel de Confianza (A)	95% - 0.95
Coficiente de Confianza (Z)	1.96
Probabilidad de Éxito (p)	0.5
Probabilidad de Fracaso (q)	0.5
Nivel de Error (i)	0.05
Tamaño de Muestra (n)	A determinar

Cálculo muestra con población desconocida

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}{i^2}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$= 384$$

$$n = 384$$

Por ende la muestra con la cual se trabajará será de 384 turistas que visitaron la Región Tacna.

5.5 Técnicas e Instrumento de Recolección de Datos:

5.5.1 Técnicas:

Dada la naturaleza de esta investigación se hará uso de una encuesta, puesto que su aplicación permitirá la recolección de datos de un número amplio de informantes.

5.5.2 Instrumento:

Se hará uso del instrumento del cuestionario, con respuestas basadas en la escala de Likert, debido a que se presenta como adecuada para la medición de variables correspondientes a las ciencias sociales.

5.5.3 Técnicas de Procesamiento de Datos:

Dada la aplicación del instrumento, se realizara un análisis estadístico descriptivo que permita comprobar las hipótesis, ello mediante la representación de tablas, gráficas, cuadros, y tablas de contingencia que expliquen la hipótesis.

La recolección en mención se hará usando el SPSS V.15 en español y el Microsoft Excel, los cuales son programas estadísticos especializados en la representación y tabulación de la información

5.5.4 Selección y Validación de los Instrumentos de Investigación:

Según Hernández y otros (2004), la validez del instrumento se refiere a que tanto puede medir este la variable. Con esto podemos determinar y contrastar los indicadores y los sub-indicadores que mide la variable. El instrumento que se utilizó en esta investigación para medir la variable, fue el cuestionario diseñado por Berry, Parasuraman y Zeithaml en su metodología SERVQUAL.

Podemos decir que este instrumento es una escala Likert la cual se basa en preguntas que se pide al usuario al que se le administra el cuestionario, elija según su criterio los puntos asignados a una valoración numérica. Cabe indicar que la presente investigación fue validada a través del

juicio de expertos. Con la finalidad de buscar concordancia en las preguntas para de esta manera poder cumplir los objetivos de estudio.

Una vez recolectada la información resultante del cuestionario, esta se registró y tabuló mediante un software de procesamiento “SPSS”. Los resultados se encuentran plasmados en el Capítulo VI, en el que se describen e interpretan todos los procesos y demás datos técnicos de la investigación.

CAPÍTULO VI
MARCO OPERATIVO

6.1 Descripción del Trabajo de Campo:

Con la finalidad de conocer los niveles de calidad en el servicio al turista en los puestos de ADUANAS-SUNAT de la Región de Tacna durante el periodo 2016 se implementó una encuesta que permitió recabar la data correspondiente.

Los datos recolectados fueron procesados mediante el uso del programa SPSS y Microsoft Excel a fin de obtener la información correspondiente. Es así que los resultados son presentados utilizando para ello medidas de tendencia central y frecuencias de acuerdo a las marcaciones de cada uno de los 384 usuarios encuestados.

6.2 Presentación de Resultados:

Esta sección del trabajo de investigación está constituida por la presentación de los datos obtenidos por medio del instrumento diseñado para este estudio. Los resultados arrojan información valiosa para interpretar la calidad en el servicio al turista en los puestos de ADUANAS-SUNAT de la Región de Tacna, periodo 2016.

Cabe mencionar que hay que se debe tomar consideración a todo lo expuesto anteriormente, esto para una correcta interpretación de resultados y de esta manera poder explicar la situación real de la institución.

Todos los resultados obtenidos se analizan correspondientemente al orden presentado en los objetivos, de esta manera se responden las interrogantes a la investigación.

Así mismo en este capítulo valoraremos las hipótesis planteadas y discutiremos los resultados obtenidos.

Es de suma importancia que la descripción realizada siga un ordenamiento lógico y secuencial correspondiente a los indicadores de estudio.

A continuación presentaremos los resultados obtenidos de esta investigación mediante el instrumento elegido, el cual nos brinda datos cuantitativos para su análisis descriptivo, representadas por gráficos estadísticos y tablas.

6.2.1 Datos Generales:

6.2.1.1 Turistas según sexo:

Tabla 2.
Turistas según Sexo

		Recuento	Porcentaje	P. Valido
Sexo	Mujer	275	71.61	71.61
	Hombre	109	28.39	28.39
	Total	384	100.00	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios en los puestos de Aduanas de la Región De Tacna.
Elaboración: Propia. / SPSS.

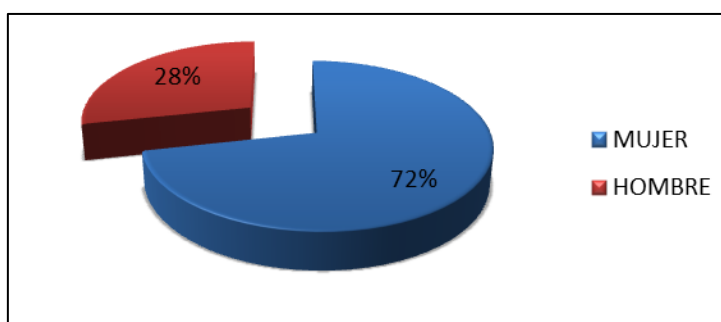


Gráfico 1. Turistas según Sexo.
Elaboración: Propia. / SPSS.

Interpretación:

De acuerdo a la tabla N°02, se obtiene que los usuarios de Aduanas-SUNAT, son en su mayoría del género femenino con el 71.61% , seguido del género masculino con el 28.39%.

Esto demuestra que las mujeres suelen usar con mayor frecuencia los servicios brindados por Aduanas-SUNAT, las cuales suelen viajar por ende con mayor frecuencia ya sea por motivos de salud, entretenimiento y compras.

6.2.1.2 Turistas de acuerdo al estado civil:

Tabla 3.
Turistas según Estado Civil

		Recuento	Porcentaje	P. Valido
Estado Civil	Soltero	98	25.52	25.52
	Casado	209	54.43	54.43
	Viudo	20	5.21	5.21
	Divorciado	57	14.84	14.84
	Total	384	100.00	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios en los puestos de aduanas de la región de Tacna.

Elaboración: propia. / SPSS.

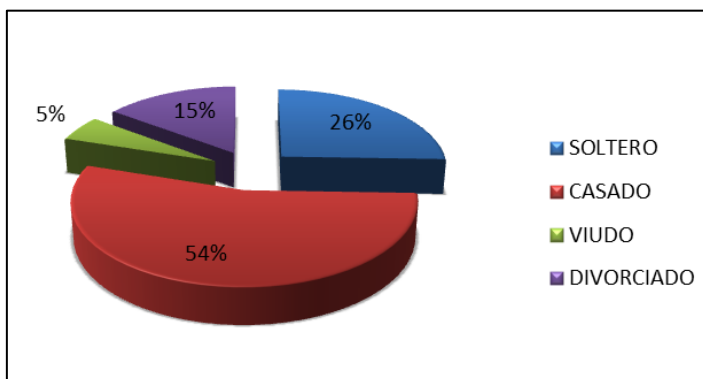


Gráfico 2. Turistas según Estado Civil.

Elaboración: Propia. / SPSS.

Interpretación:

En relación al estado civil, los turistas usuarios de los servicios brindados por Aduanas-SUNAT, son en un 54.43% casado, seguido por el 25.52% en condición de solteros, un 14.84% de divorciados y un mínimo 5.21% de viudos.

Este hecho demuestra que en relación al perfil turista usuario, quienes hacen más uso de los servicios brindados por Aduanas-SUNAT, son las personas casadas.

6.2.1.3 Turistas de acuerdo a la edad:

Tabla 4.
Turistas según Edad

		Recuento	Porcentaje	P. Valido
Edad	De 18 a 27	19	4.95	4.95
	De 28 a 37	107	27.86	27.86
	De 38 a 47	87	22.66	22.66
	De 48 a 57	81	21.09	21.09
	De 58 a 67	68	17.71	17.71
	De 67 a mas	22	5.73	5.73
	Total	384	100.00	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios en los puestos de aduanas de la región de Tacna.

Elaboración: propia. / SPSS.

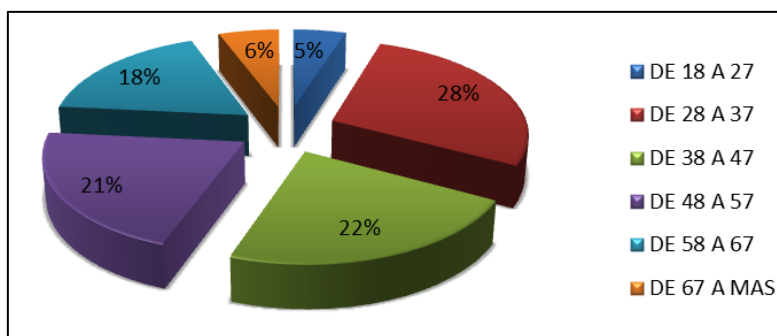


Gráfico 3. Turistas según Edad.

Elaboración: Propia. / SPSS.

Interpretación:

De acuerdo a la tabla N°04, se tiene que los turistas usuarios de los servicios brindados por Aduanas-SUNAT, tienen en su mayoría entre 38 a 37 años con un 27.86%, seguido de porcentajes muy parecidos de usuarios que figuran entre los 38 a 47 y los 48 a 57 años, con el 22.66% y el 21.09% respectivamente.

En porcentajes inferiores encontramos a los turistas entre los 58 a 67 años con el 17.71% y finalmente a los turistas de 67 a más y de 18 a 27 años con el 5.73% y 4.95% respectivamente.

Dado los resultados se observa que en gran porcentaje los turistas usuarios son adultos, estos son quienes se someten a los controles aduaneros pertinentes y en minoría los jóvenes.

6.2.1.4 Turistas de acuerdo al lugar de procedencia:

Tabla 5.
Turistas según Procedencia

		Recuento	Porcentaje	P. Valido
Lugar de	Arica	100	26.04	26.04
Procedencia	Iquique	85	22.14	22.14
	Antofagasta	89	23.18	23.18
	Santiago	20	5.21	5.21
	Otra ciudad de	34	8.85	8.85
	Chile			
	Arequipa	16	4.17	4.17
	Moquegua	18	4.69	4.69
	Otra ciudad de	22	5.73	5.73
	Perú			
	Total	384	100.00	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios en los puestos de aduanas de la región de Tacna.
Elaboración: propia. / SPSS.

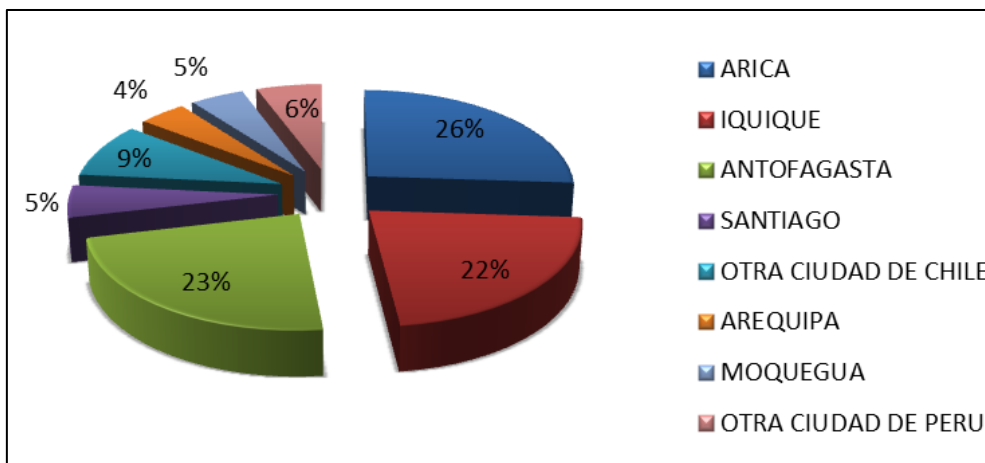


Gráfico 4. Turistas según Procedencia.
Elaboración: Propia/SPSS.

Interpretación:

De acuerdo a la Tabla N°05, referente al lugar de procedencia de los turistas, encontramos dentro de los porcentajes más altos a los procedentes de la ciudad de Arica con el 26%, seguido del 23% de turistas procedentes de la ciudad de Antofagasta. Mientras que el 22% lo ocupan los turistas provenientes de la ciudad de Iquique y el 9% pertenece a turistas de otra ciudad de Chile.

En tanto, el resto de turistas encuestados, procedentes de Arequipa, Moquegua u otra ciudad de Perú ocupan porcentajes que oscilan entre el 6%, 5% y el 4%.

Entonces, observamos que los turistas son provenientes en su gran mayoría por nuestro vecino país Chile, esto posiblemente se deba a la cercanía y que en nuestro territorio encuentran los servicios para satisfacer sus necesidades.

Sin embargo, los turistas nacionales también observan a nuestra ciudad como un punto de recreo y de oportunidades de compras, es por esto que también se someten a los controles aduaneros de tránsito al momento de realizar sus viajes a nivel nacional e internacional.

6.2.2 Atención Al Turista:

6.2.2.1 Respuesta:

Tabla 6.

Respuesta de Pedidos y Dudas

	Pregunta 01	Recuento	Porcentaje	P. Valido
	Totalmente	43	11.20%	11.20%
Los funcionarios en los puestos de ADUANAS-SUNAT de la región de Tacna nunca están ocupados al momento de responder sus pedidos y dudas	De Acuerdo			
	De Acuerdo	50	13.02%	13.02%
	Ni Acuerdo	34	8.85%	8.85%
	Ni Desacuerdo			
	En Desacuerdo	104	27.08%	27.08%
	Desacuerdo			
	Totalmente	153	39.84%	39.84%
	En Desacuerdo			
	Total	384	100.00%	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios en los puestos de aduanas de la región de Tacna.
Elaboración: propia. / SPSS.

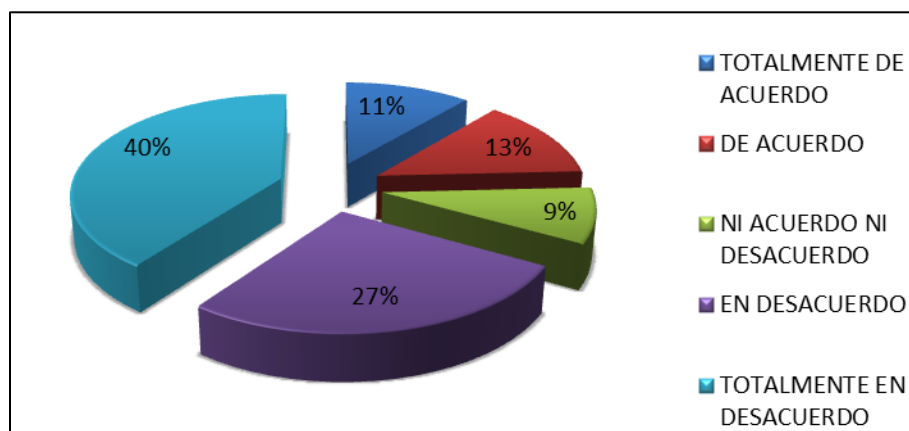


Gráfico 5. Respuesta de Pedidos y Dudas.
Elaboración: Propia/SPSS.

Interpretación:

En la Tabla N°06, de acuerdo a los resultados de la encuesta, se tiene que los turistas en su mayoría, con el 39.84%, consideran estar totalmente en desacuerdo con que los funcionarios de Aduanas-SUNAT nunca están ocupados al momento de responder sus pedidos y dudas, seguido del 27.08% que consideran estar en desacuerdo con dicha afirmación. Mientras que, el 11.20% indica estar totalmente de acuerdo y otro 13.02 % estar de acuerdo. Y sólo el 8.85% indican no estar de acuerdo ni en desacuerdo con dicha premisa.

Estos resultados reflejan un aspecto negativo sobre la percepción que poseen los turistas que hacen uso de los servicios brindados o se someten a los controles pertinentes en los puestos de ADUANAS-SUNAT, con lo cual se entiende que los funcionarios pertenecientes a esta institución responden de manera incorrecta frente a las inquietudes de los turistas y usuarios en general.

6.2.2.2 Horarios:

Tabla 7.
Horarios de Atención

	Pregunta 02	Recuento	Porcentaje	P. Valido
ADUANAS-	Totalmente de Acuerdo	45	11.72%	11.72%
SUNAT de la	De Acuerdo	238	61.98%	61.98%
región de Tacna	Ni Acuerdo Ni Desacuerdo	22	5.73%	5.73%
atiende en horarios	En Desacuerdo	45	11.72%	11.72%
convenientes para	Totalmente en Desacuerdo	34	8.85%	8.85%
usted.	Total	384	100.00%	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios en los puestos de aduanas de la región de Tacna.
Elaboración: propia. / SPSS.

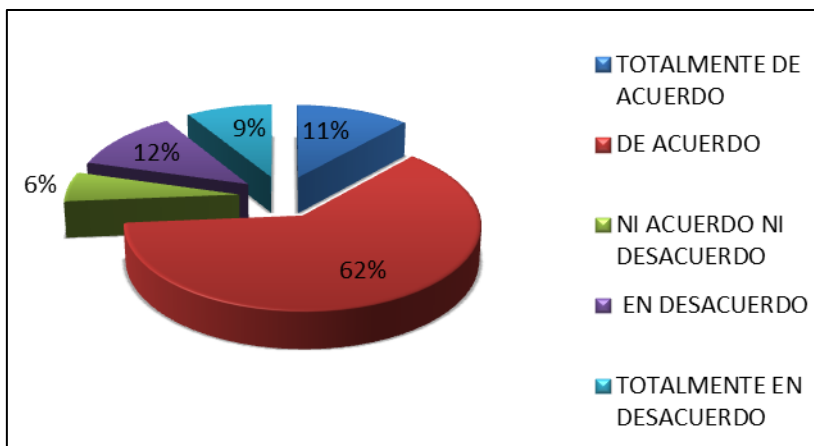


Gráfico 6. Horarios de Atención.
Elaboración: Propia/SPSS.

Interpretación:

La Tabla N°07 indica que el 61.98% de turistas encuestados en los puestos de ADUANAS-SUNAT considera que la institución atiende en horarios convenientes para ellos, seguido del 11.72% de turistas que están totalmente de acuerdo con dicha premisa.

Por otro lado también un 11.72% de los clientes indicó estar en desacuerdo, otro 8.85% señaló estar totalmente en desacuerdo y 5.73% de los encuestados indicaron no estar de acuerdo ni en desacuerdo ante dicha afirmación.

Con respecto a estos resultados, se puede percibir que en gran mayoría los turistas se sienten a gusto con los horarios que ADUANAS-SUNAT les ofrece a sus distintos puestos de control en Tacna.

6.2.2.3 Servicio:

Tabla 8.
Servicio Óptimo.

	Pregunta 03	Recuento	Porcentaje	P. Valido
ADUANAS-	Totalmente de acuerdo	40	10.42%	10.42%
SUNAT de la región	De acuerdo	36	9.38%	9.38%
de Tacna le brindo un	Ni acuerdo ni desacuerdo	76	19.79%	19.79%
servicio óptimo en su	Desacuerdo	165	42.97%	42.97%
visita	Totalmente en desacuerdo	67	17.45%	17.45%
	Total	384	100.00%	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios en los puestos de aduanas de la región de Tacna.
Elaboración: propia. / SPSS.

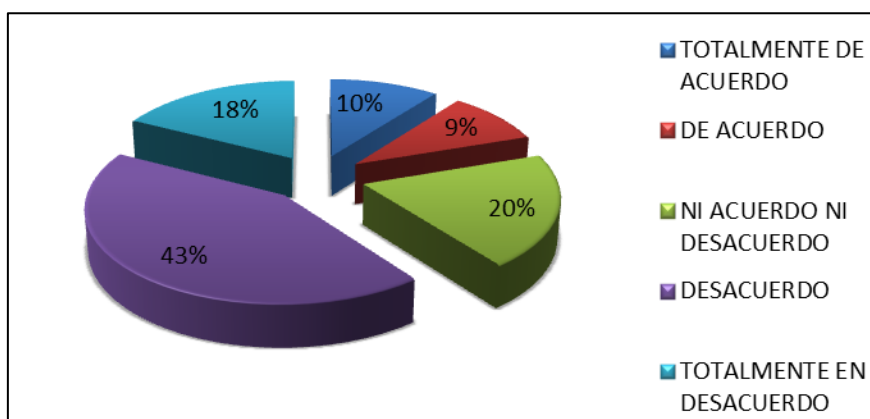


Gráfico 7. Servicio Óptimo.
Elaboración: Propia/SPSS.

Interpretación:

Según el resultado brindado por la Tabla N°08, indica que el 42.97% de turistas considera que ADUANAS-SUNAT no le brindó un servicio óptimo. El 19.79% de los encuestados no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 17.45% indicó estar totalmente en desacuerdo con dicha afirmación.

Por otro lado y en porcentajes menores, también se observa a clientes satisfechos, donde el 10.42% de ellos indicó estar totalmente de acuerdo y otro 9.38% indicó estar de acuerdo.

Estos resultados tampoco son favorables para ADUANAS-SUNAT de la Región de Tacna, pues más de la mitad de los turistas encuestados afirmaron no recibir un servicio óptimo, lo cual asegura su insatisfacción al momento de hacer uso de los servicios brindados por esta institución.

6.2.2.4 Disposición:

Tabla 9.
Disposición.

	Pregunta 04	Recuento	Porcentaje	P. Valido
Los funcionarios de ADUANAS-SUNAT están siempre dispuestos a ayudarlo	Totalmente de acuerdo	21	5.47%	5.47%
	De acuerdo	45	11.72%	11.72%
	Ni acuerdo ni desacuerdo	87	22.66%	22.66%
	Desacuerdo	175	45.57%	45.57%
	Totalmente en desacuerdo	56	14.58%	14.58%
	Total	384	100.00%	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios en los puestos de aduanas de la región de Tacna.
Elaboración: propia. / SPSS.

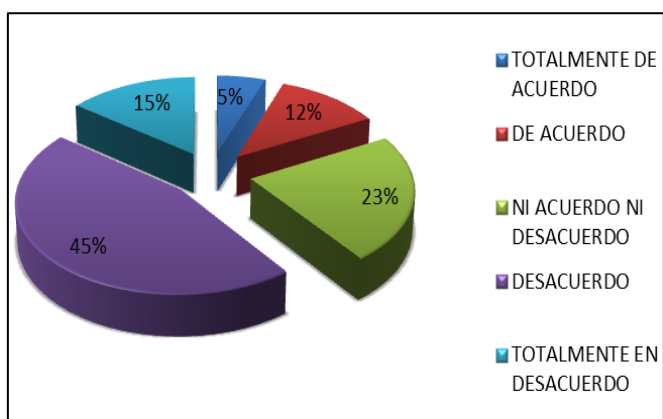


Gráfico 8. Disposición.
Elaboración: Propia/SPSS.

Interpretación:

Según los resultados de la encuesta, en la Tabla N°09 podemos observar que la mayoría de los turistas estuvieron en un 45.57% en desacuerdo en que los funcionarios de ADUANAS-SUNAT estén siempre dispuestos a ayudarlos. Seguidamente, el 22.66% de los encuestados indicó no sentirse ni de acuerdo ni en desacuerdo con respecto a esta afirmación.

Por otra parte, el 14.58% de los turistas indicaron estar totalmente en desacuerdo; otro 11.72% indicó estar de acuerdo y por último el 5.47% de los encuestados indicó estar totalmente de acuerdo.

Los resultados reflejan de forma insatisfactoria que los funcionarios de ADUANAS-SUNAT ni por vocación o capacitación, tienen como prioridad atender las necesidades de los turistas o usuarios.

6.2.2.5 Cortesía:

Tabla 10.
Comportamiento Cortes.

	Pregunta 05	Recuento	Porcentaje	P. Valido
Los funcionarios de ADUANAS-SUNAT se comportan de manera cortes con usted.	Totalmente de acuerdo	22	5.73%	5.73%
	De acuerdo	45	11.72%	11.72%
	Ni acuerdo ni desacuerdo	205	53.39%	53.39%
	Desacuerdo	45	11.72%	11.72%
	Totalmente en desacuerdo	67	17.45%	17.45%
	Total	384	100.00%	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios en los puestos de aduanas de la región de Tacna.
Elaboración: propia. / SPSS.

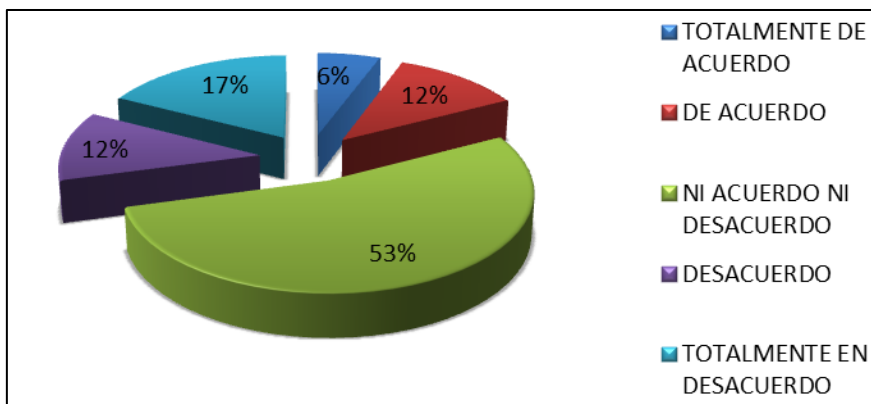


Gráfico 9. Comportamiento Cortes.
Elaboración: Propia/SPSS.

Interpretación:

Según la Tabla N°10 podemos observar que, la mayoría de los encuestados, con el 53.39%, consideran que los funcionarios de ADUANAS-SUNAT, se comportan de manera indiferente pues no están de acuerdo ni en desacuerdo que siempre actúen de manera cortés ante ellos; sin embargo el 17.45% considera estar totalmente en desacuerdo con dicha afirmación.

Mientras que, el 11.72% se ve reflejado en dos grupos de los turistas encuestados ya que indicaron estar de acuerdo y también en desacuerdo respectivamente. Por último, el 5.73% de los turistas indicaron estar totalmente de acuerdo.

Los resultados no son positivos para la institución, pues si bien no indicaron estar totalmente en contra, nos indican que para los turistas los funcionarios son indiferentes pues solo una minoría asevera que actuaran de manera cortés. Esto refleja que los funcionarios no sepan interactuar directamente con sus turistas de manera correcta, transmitiendo amabilidad, simpatía y respeto, para que de esta forma éstos se sientan satisfechos.

6.2.2.6 Trato:

Tabla 11.
Trato Personalizado.

	Pregunta 06	Recuento	Porcentaje	P. Valido
ADUANAS-SUNAT	Totalmente de acuerdo	10	2.60%	2.60%
de la región de Tacna	De acuerdo	38	9.90%	9.90%
tiene funcionarios que	Ni acuerdo ni desacuerdo	35	9.11%	9.11%
le ofrezcan un trato	Desacuerdo	234	60.94%	60.94%
personalizado	Totalmente en desacuerdo	67	17.45%	17.45%
	Total	384	100.00%	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios en los puestos de aduanas de la región de Tacna.
Elaboración: propia. / SPSS.

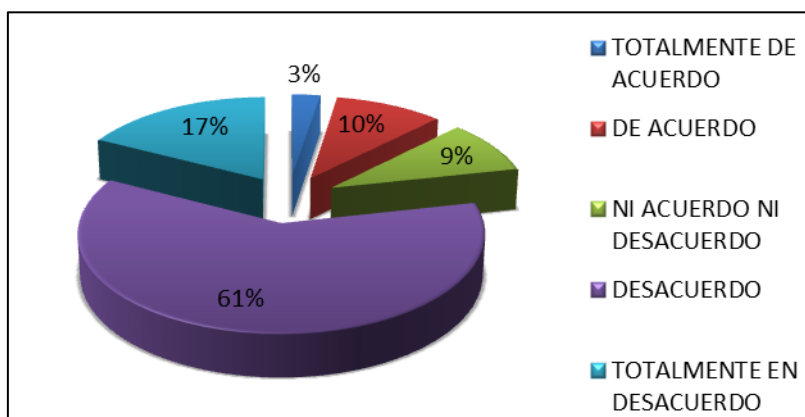


Gráfico 10. Trato Personalizado.
Elaboración: Propia/SPSS.

Interpretación:

Según la tabla N° 11 indica que, el 60.94% de turistas están en desacuerdo en que ADUANAS-SUNAT de la Región de Tacna tenga funcionarios que les ofrecen un trato personalizado. Ante esto, el 17.45% indicó estar totalmente en desacuerdo, seguido del 9.90% de turistas encuestados que estuvieron de acuerdo.

Por último, el 9.11% de los turistas encuestados indicaron no estar de acuerdo ni en desacuerdo y otro 2.60% de turistas encuestados indicaron estar totalmente de acuerdo.

Nuevamente los resultados no son positivos para ADUANAS-SUNAT, pues muestra que la institución no se preocupa por llevar una buena relación con sus usuarios a través del trato personalizado al momento de someterse a los controles u hacer uso de los servicios brindados.

6.2.2.7 Intereses:

Tabla 12.
Intereses.

Los	Pregunta 07	Recuento	Porcentaje	P. Valido
funcionarios de ad	Totalmente de acuerdo	29	7.55%	7.55%
ADUANAS-	De acuerdo	29	7.55%	7.55%
SUNAT tienen en	Ni acuerdo ni desacuerdo	54	14.06%	14.06%
cuenta sus	Desacuerdo	76	19.79%	19.79%
principales	Totalmente en desacuerdo	196	51.04%	51.04%
intereses.	Total	384	100.00%	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios en los puestos de aduanas de la región de Tacna.
Elaboración: propia. / SPSS.

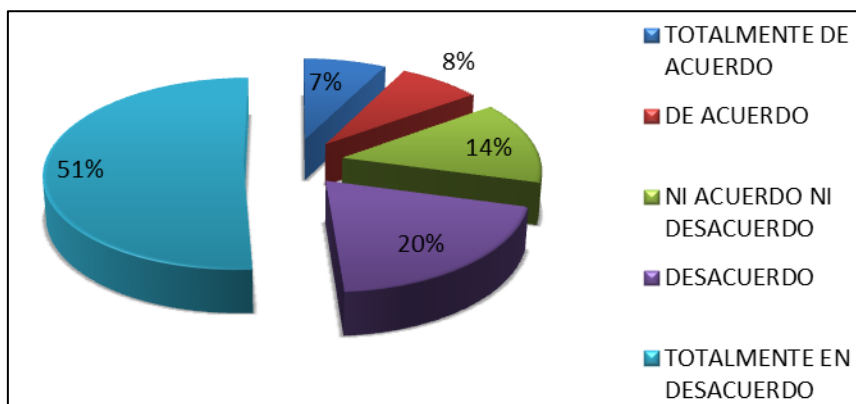


Gráfico 11. Intereses.
Elaboración: Propia/SPSS.

Interpretación:

Según los resultado de la encuesta, en la Tabla N°12, observamos que el 51.04% de los turistas encuestados considera que ADUANAS-SUNAT no tiene en cuenta sus principales intereses; y el 19.79% de los turistas encuestados consideró estar en desacuerdo con dicha afirmación.

En tanto, el 14.06% de clientes indicó estar ni acuerdo ni desacuerdo, seguido del 7.55% de clientes que indicaron estar de acuerdo y por último otro el 7.55% de clientes que indicaron estar totalmente de acuerdo.

Los resultados muestran ser negativos para ADUANAS-SUNAT donde más del cincuenta por ciento de turistas sienten que la institución no considera sus principales intereses; interés reflejado a través de sus trato, atención personalizada y de los funcionarios capacitados para brindar un buen servicio.

6.2.2.8 Necesidades:

Tabla 13.
Necesidades Específicas.

Los funcionarios	Pregunta 08	Recuento	Porcentaje	P. Valido
de ADUANAS-	Totalmente de acuerdo	24	6.25%	6.25%
SUNAT comprenden	De acuerdo	49	12.76%	12.76%
sus necesidades	Ni acuerdo ni desacuerdo	34	8.85%	8.85%
específicas	Desacuerdo	250	65.10%	65.10%
relacionadas con el	Totalmente en desacuerdo	27	7.03%	7.03%
servicio.	Total	384	100.00%	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios en los puestos de aduanas de la región de Tacna.
Elaboración: propia. / SPSS.

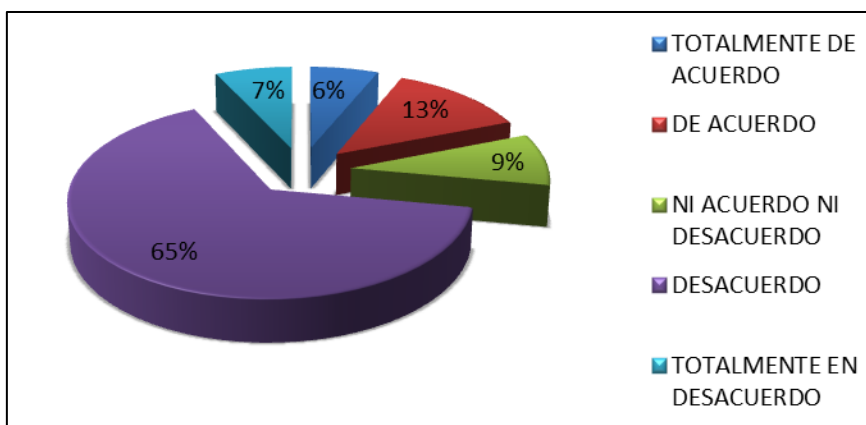


Gráfico 12. Necesidades Específicas.
Elaboración: Propia/SPSS.

Interpretación:

Según los resultados de la encuesta, la Tabla N°13 indica que, el 65.10% de turistas están en desacuerdo en que los funcionarios de ADUANAS-SUNAT comprenden sus necesidades específicas relacionadas con el servicio. El 12.76% de turistas encuestados indicaron estar de acuerdo con la afirmación mencionada.

Por lo tanto, el 8.85% de turistas indicaron estar ni acuerdo ni en desacuerdo con dicha afirmación, el 7.03% de los encuestados estuvieron totalmente en desacuerdo y el 6.25% de los encuestados indicaron estar totalmente de acuerdo.

Estos resultados siguen siendo negativos para ADUANAS-SUNAT de la Región de Tacna quien, no se preocupa por que sus funcionarios sean profesionales que muestren conocimientos necesarios a través del estudio de manuales que estandarizan la calidad en el servicio a nivel nacional, atendiendo satisfactoriamente las necesidades de sus usuarios.

6.2.3 Atención de Quejas y Sugerencias:

6.2.3.1 Resolución:

Tabla 14.
Resolución de Problemas.

	Pregunta 09	Recuento	Porcentaje	P. Valido
Cuando usted	Totalmente de acuerdo	24	6.25%	6.25%
presenta un problema	De acuerdo	23	5.99%	5.99%
los funcionarios de	Ni acuerdo ni desacuerdo	56	14.58%	14.58%
ADUANAS-SUNAT	Desacuerdo	205	53.39%	53.39%
muestran interés en	Totalmente en desacuerdo	76	19.79%	19.79%
resolverlo.	Total	384	100.00%	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios en los puestos de aduanas de la región de Tacna.
Elaboración: propia. / SPSS.

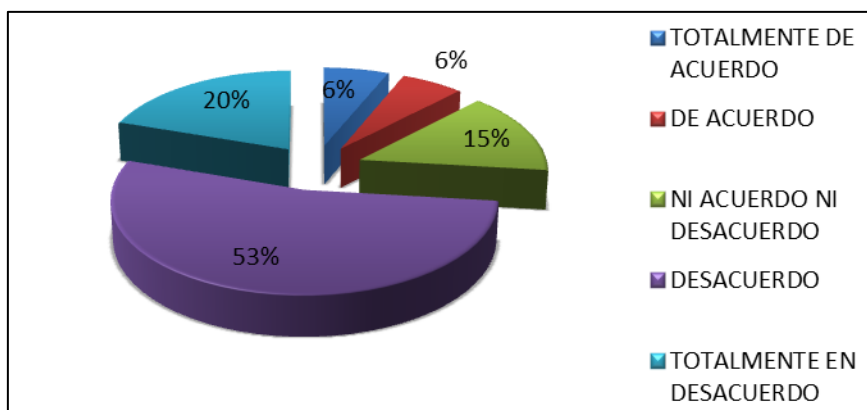


Gráfico 13. Resolución de Problemas.
Elaboración: Propia/SPSS.

Interpretación:

Según la encuesta, en la Tabla N° 14 vemos que el 53.39% de encuestados consideran que cuando tienen un problema, los funcionarios de ADUANAS-SUNAT no muestran interés en

resolverlo. El 19.79% de los encuestados estuvo totalmente en desacuerdo y el 14.58% estuvo ni acuerdo ni en desacuerdo ante dicha afirmación.

En tanto, el 6.25% de encuestados indicó estar totalmente de acuerdo y el 5.99% de encuestados indicó estar de acuerdo.

Con estos resultados podemos demostrar que los turistas que se someten a los controles aduaneros o hacen uso de sus servicios, no se sienten a gusto con la atención brindada por parte de la organización en relación a los problemas que puedan experimentar y el interés que les muestran por solucionarlos.

6.2.3.2 Conocimiento:

Tabla 15.
Conocimiento para responder Dudas.

	Pregunta 10	Recuento	Porcentaje	P. Valido
Los funcionarios de ADUANAS- SUNAT tienen el conocimiento para responder sus dudas	Totalmente de acuerdo	54	14.06%	14.06%
	De acuerdo	34	8.85%	8.85%
	Ni acuerdo ni desacuerdo	59	15.36%	15.36%
	Desacuerdo	189	49.22%	49.22%
	Totalmente en desacuerdo	48	12.50%	12.50%
	Total	384	100.00%	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios en los puestos de aduanas de la región de Tacna.
Elaboración: propia. / SPSS.

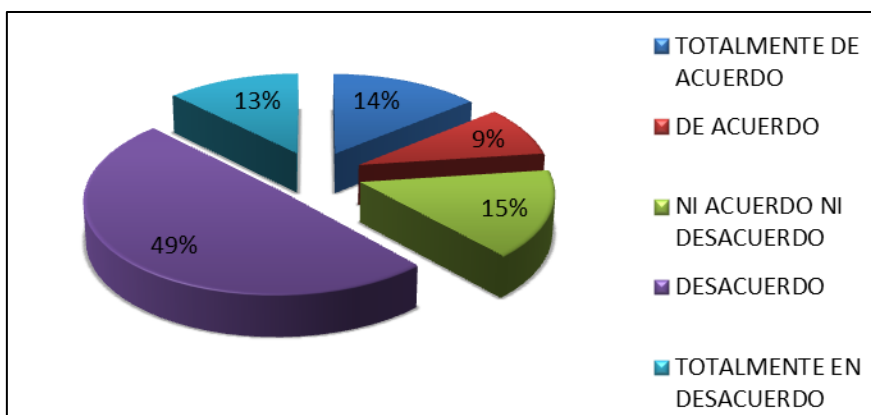


Gráfico 14. Conocimiento para responder Dudas.
Elaboración: Propia/SPSS.

Interpretación:

En la Tabla N°15 indican, el 49.22% de turistas están en desacuerdo con que los trabajadores de ADUANAS-SUNAT tienen el conocimiento para responder sus preguntas, y el 15.36% de los turistas indicó no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con dicha afirmación.

En tanto, el 14.06% de turistas indicó estar totalmente de acuerdo; el 12.50% de los clientes dijo estar totalmente en desacuerdo y por último el 8.85% de los turistas indicó estar de acuerdo.

Los resultados reflejan que los turistas no se sienten satisfechos con la respuesta inmediata a sus dudas o preguntas con respecto al servicio, dado que la institución no se preocupa por que sus funcionarios posean el conocimiento necesario para estos casos.

6.2.3.3 Alternativas:

Tabla 16.
Registros para Errores y Sugerencias.

	Pregunta 11	Recuento	Porcentaje	P. Valido
ADUANAS-	Totalmente de acuerdo	87	22.66%	22.66%
SUNAT dispone de	De acuerdo	44	11.46%	11.46%
registros libres para	Ni acuerdo ni desacuerdo	218	56.77%	56.77%
informar de errores	Desacuerdo	26	6.77%	6.77%
y sugerencias	Totalmente en desacuerdo	9	2.34%	2.34%
	Total	384	100.00%	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios en los puestos de aduanas de la región de Tacna.
Elaboración: propia. / SPSS.

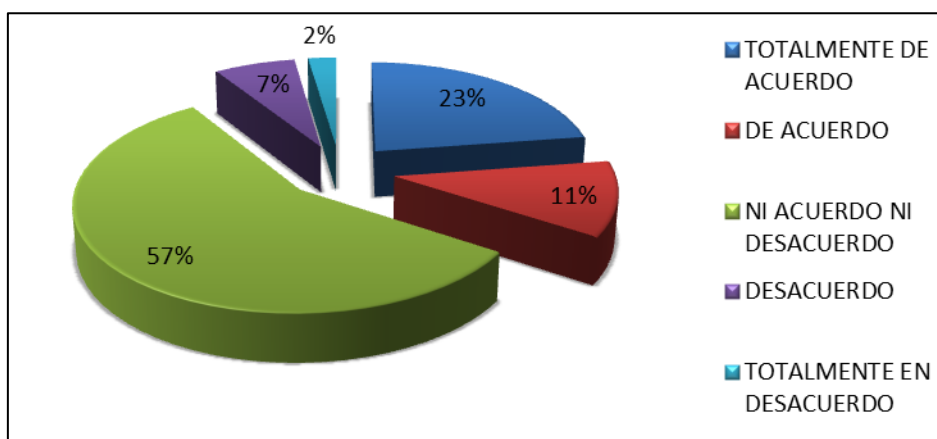


Gráfico 15. Registros para Errores y Sugerencias.
Elaboración: Propia/SPSS.

Interpretación:

En la tabla N° 16 observamos que, de los turistas encuestados, el 56.77% opinó no estar de acuerdo ni en desacuerdo en que ADUANAS-SUNAT dispone de registros libres para informar sobre errores y sugerir alternativas de mejora, el 22.66% indicó estar totalmente de acuerdo con dichas afirmación.

Mientras que el 11.46% de los turistas encuestados indicó estar de acuerdo, el 6.77% indicó estar en desacuerdo y por último el 2.34% indicó estar totalmente en desacuerdo con dicha premisa.

Estos resultados muestran que la mayoría de los turistas encuestados desconocen la existencia de registros libres para informar errores y dar sugerencias; pero no es por la inexistencia de estos sino más bien por la indiferencia de los propios turistas en informarse, ya que un grupo de encuestados considera que los registros libres de errores y sugerencias son óptimos y a disposición de todos. Entonces podemos decir que la institución si ve importante que sus usuarios evalúen sus servicios de modo que pueda minimizar esos errores y aplicar las propuestas de mejora provenientes de sus estos.

6.2.4 Eficiencia:

6.2.4.1 Calidad:

Tabla 17.
Brinda Servicio de Calidad.

	Pregunta 12	Recuento	Porcentaje	P. Valido
ADUANAS-SUNAT	Totalmente de acuerdo	46	11.98%	11.98%
de la región de Tacna	De acuerdo	58	15.10%	15.10%
brinda un servicio de	Ni acuerdo ni desacuerdo	56	14.58%	14.58%
calidad	Desacuerdo	67	17.45%	17.45%
	Totalmente en desacuerdo	157	40.89%	40.89%
	Total	384	100.00%	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios en los puestos de aduanas de la región de Tacna.
Elaboración: propia. / SPSS.

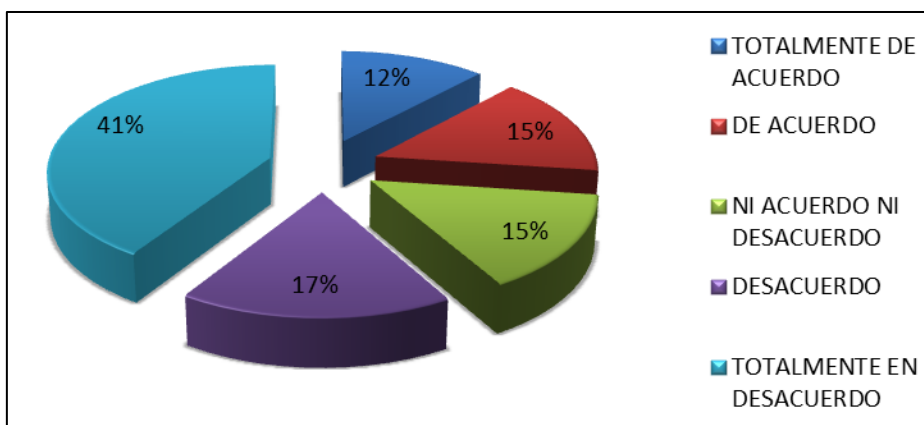


Gráfico 16. Brinda servicio de Calidad.
Elaboración: Propia/SPSS.

Interpretación:

Según los resultados, observamos que en la Tabla N°17 el 40.89% de los turistas encuestados indicó estar totalmente en desacuerdo en que ADUANAS-SUNAT brinda un servicio de calidad; y el 17.45% de turistas encuestados indicó estar en desacuerdo ante la misma afirmación.

En tanto, el 15.10% de turistas encuestados indicó estar de acuerdo, el 14.58% indicó no estar de acuerdo ni en desacuerdo y por último el 11.98% indicó estar totalmente de acuerdo.

Este resultado indica que ADUANAS-SUNAT de la Región de Tacna, no cumple con proporcionar un servicio de calidad a través de sus funcionarios y el contacto directo con los turistas.

6.2.4.2 Tiempo:

Tabla 18.
Atención en Tiempo Coherente.

	Pregunta 13	Recuento	Porcentaje	P. Valido
Los funcionarios de ADUANAS-SUNAT lo atienden en un tiempo coherente	Totalmente de acuerdo	12	3.13%	3.13%
	De acuerdo	39	10.16%	10.16%
	Ni acuerdo ni desacuerdo	66	17.19%	17.19%
	Desacuerdo	78	20.31%	20.31%
	Totalmente en desacuerdo	189	49.22%	49.22%
	Total	384	100.00%	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios en los puestos de aduanas de la región de Tacna.
Elaboración: propia. / SPSS.

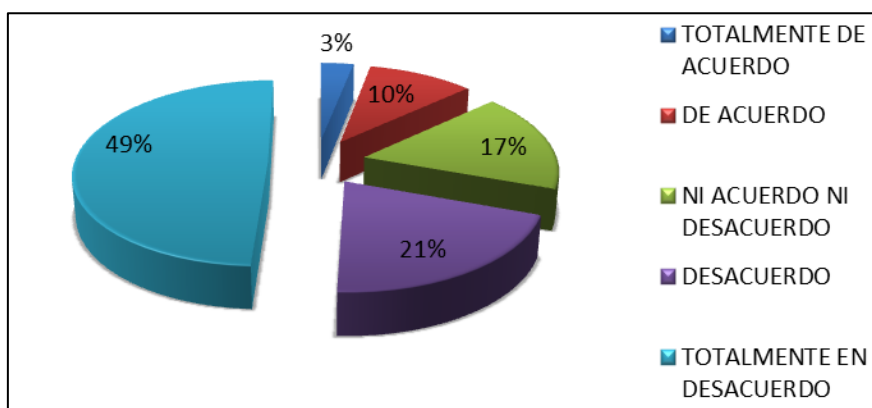


Gráfico 17. Atención en Tiempo Coherente.
Elaboración: Propia/SPSS.

Interpretación:

Según los resultados de la encuesta, observamos que en la Tabla N° 18, el 49.22% de los turistas está totalmente en desacuerdo en que le brinden un servicio en un tiempo coherente; y un 20.31% de los turistas indicó estar en desacuerdo con dicha afirmación.

En tanto, otro 17.19% de clientes indicó estar ni acuerdo ni en desacuerdo, el 10.16% de los turistas indicó estar de acuerdo y por último el 3.13% de los turistas indicó estar totalmente de acuerdo.

Esto demuestra que los funcionarios de ADUANAS-SUNAT no se esfuerzan por atenderlos en un tiempo coherente para que de esta forma no se vea afectado el itinerario de los turistas, quienes generalmente organizan su tiempo para la visita a nuestra ciudad o sus trámites de control previos a los viajes correspondientes de estos.

6.2.4.3 Rapidez:

Tabla 19.
Servicio Rápido.

	Pregunta 14	Recuento	Porcentaje	P. Valido
Los funcionarios	Totalmente de acuerdo	21	5.47%	5.47%
de ADUANAS-	De acuerdo	49	12.76%	12.76%
SUNAT Tacna le	Ni acuerdo ni desacuerdo	63	16.41%	16.41%
brindan un servicio	Desacuerdo	74	19.27%	19.27%
rápido	Totalmente en desacuerdo	177	46.09%	46.09%
	Total	384	100.00%	100.00%

Fuente: cuestionario aplicado a los usuarios en los puestos de aduanas de la región de Tacna.
Elaboración: propia. / SPSS.

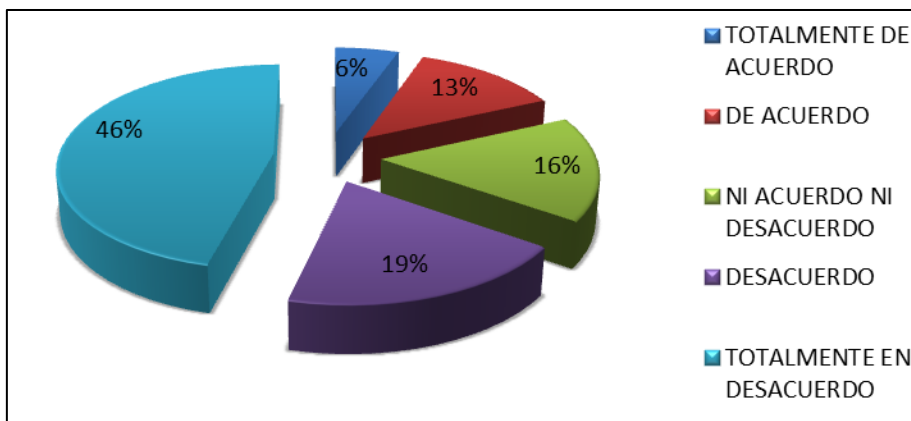


Gráfico 18. Servicio Rápido
Elaboración: Propia/SPSS.

Interpretación:

Según la encuesta, en la Tabla N°19 observamos que el 46.09% de los turistas indicó estar totalmente en desacuerdo con que los funcionarios de ADUANAS-SUNAT le brinden un servicio rápido; y el 19.27% de los clientes indicó estar en desacuerdo ante esta afirmación.

En tanto, el 16.41% de los turistas encuestados indicó estar ni acuerdo ni en desacuerdo, un 12.76% indicó estar de acuerdo y por último, otro 5.47% de turistas indicó estar totalmente de acuerdo.

Esto muestra que los funcionarios de ADUANAS-SUNAT no se esfuerzan por trabajar eficientemente, de manera que los turistas vivan la experiencia de un servicio rápido y conforme.

6.2.5 Generación de Confianza:

6.2.5.1 Confianza:

Tabla 20.
Confianza.

	Pregunta 15	Recuento	Porcentaje	P. Valido
El comportamiento de	Totalmente de acuerdo	9	2.34%	2.34%
los funcionarios de	De acuerdo	36	9.38%	9.38%
ADUANAS-SUNAT	Ni acuerdo ni desacuerdo	103	26.82%	26.82%
siempre infunde	Desacuerdo	169	44.01%	44.01%
confianza	Totalmente en desacuerdo	67	17.45%	17.45%
	Total	384	100.00%	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios en los puestos de aduanas de la región de Tacna.

Elaboración: propia. / SPSS.

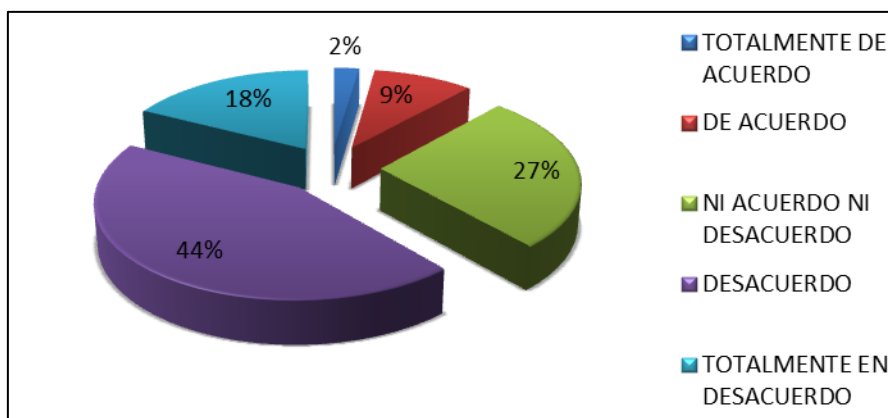


Gráfico 19. Confianza.

Elaboración: Propia/SPSS.

Interpretación:

Según la encuesta, en la Tabla N°20 observamos que el 44.01% de los turistas indicó no estar de acuerdo en que el comportamiento de los funcionarios de ADUANAS-SUNAT de la Región

de Tacna siempre infunde confianza; en tanto el 26.82% de turistas consideró no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo.

En tanto, el 17.45% de los turistas indicó estar totalmente en desacuerdo, el 9.38% de los turistas indicó estar de acuerdo y por último, el 2.34% de los turistas indicó estar totalmente de acuerdo.

Los resultados demuestran que ADUANAS-SUNAT de la Región de Tacna posee funcionarios que no infunden confianza a sus usuarios, por medio del comportamiento que estos les brindan.

6.2.5.2 Seguridad:

Tabla 21.
Seguridad en Trámites.

	Pregunta 16	Recuento	Porcentaje	P. Valido
Se siente usted con	Totalmente de acuerdo	34	8.85%	8.85%
seguridad cuando	De acuerdo	34	8.85%	8.85%
realiza algún trámite en	Ni acuerdo ni desacuerdo	195	50.78%	50.78%
los puestos de	Desacuerdo	67	17.45%	17.45%
ADUANAS-SUNAT	Totalmente en desacuerdo	54	14.06%	14.06%
de la región de Tacna.	Total	384	100.00%	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios en los puestos de aduanas de la región de Tacna.
Elaboración: propia. / SPSS.

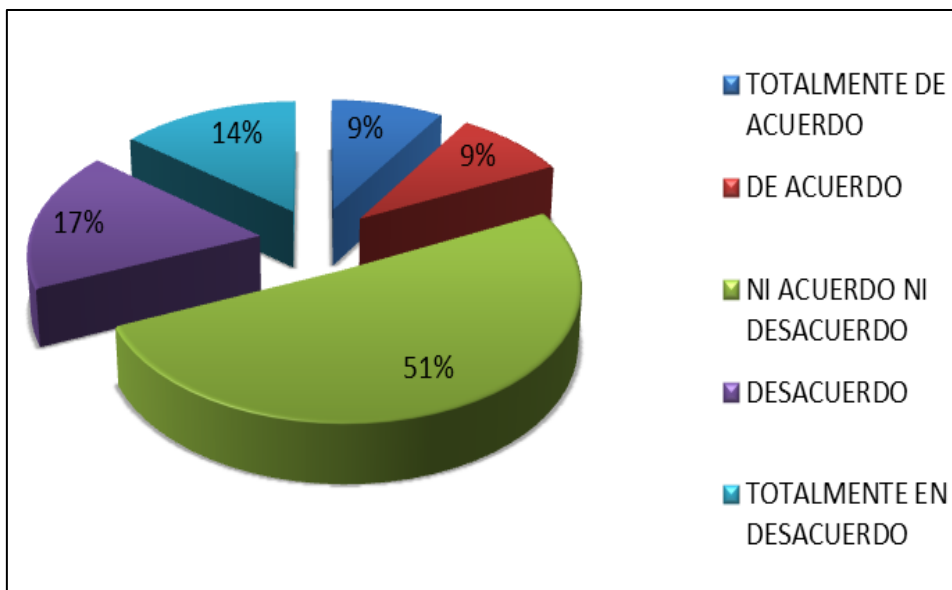


Gráfico 20. Seguridad en Trámites.
Elaboración: Propia/SPSS.

Interpretación:

Según la encuesta, en la Tabla N°21 indica que, el 50.78% de los turistas indicó no estar de acuerdo ni en desacuerdo en sentirse con seguridad al realizar algún trámite en los Puestos de ADUANAS-SUNAT, mientras que el 17.45% de turistas encuestados indicó estar en desacuerdo.

En tanto, el 14.06% de turistas encuestados indicó estar totalmente en desacuerdo con dicha premisa, el 8.85% de turistas están totalmente de acuerdo y de acuerdo.

Los resultados en esta pregunta nos siguen mostrando una insatisfacción e indiferencia, pues a pesar de contar con resguardo policial y de seguridad en cada puesto de control, los turistas no se sienten satisfechos y peor aún, los turistas encuestados tienen una tendencia a la insatisfacción total; esto se debe a la falta de confianza con los funcionarios pues de ellos son quienes los turistas temen más que por agentes externos.

6.2.6 Orientación:

6.2.6.1 Precisión:

Tabla 22.
Información precisa en Trámites.

	Pregunta 17	Recuento	Porcentaje	P. Valido
Los funcionarios de ADUANAS-SUNAT le informan con precisión los pasos a seguir en su trámite.	Totalmente de acuerdo	73	19.01%	19.01%
	De acuerdo	68	17.71%	17.71%
	Ni acuerdo ni desacuerdo	11	2.86%	2.86%
	Desacuerdo	214	55.73%	55.73%
	Totalmente en desacuerdo	18	4.69%	4.69%
	Total	384	100.00%	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios en los puestos de aduanas de la región de Tacna.
Elaboración: propia. / SPSS.

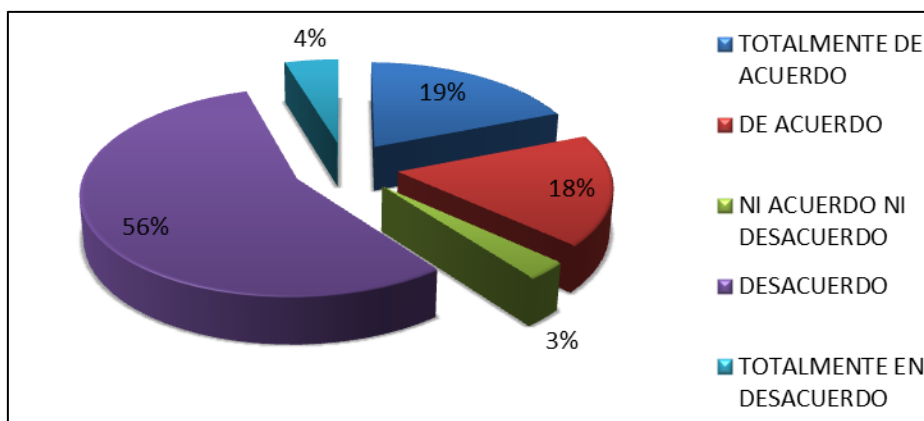


Gráfico 21. Información precisa en Trámites.
Elaboración: Propia/SPSS.

Interpretación:

Según los resultados de la encuesta, en el Tabla N°22 observamos que el 55.73% de turistas encuestados está en desacuerdo con que los funcionarios de ADUANAS-SUNAT le informen

con precisión el procedimiento en los tramites a realizar. Y el 19.01% de turistas encuestados indicó estar totalmente de acuerdo con dicha afirmación.

En tanto, el 17.71% de los turistas indicó estar de acuerdo, el 4.69% de turistas indicó estar totalmente en desacuerdo y por último el 2.86% de los clientes indicó no estar de acuerdo ni en desacuerdo.

Estos resultados tampoco son positivos, pues demuestra que ADUANAS-SUNAT no se interesa por que sus funcionarios sean profesionales capaces de brindar la información correcta sobre los servicios que brindan.

6.2.7 Imagen Institucional:

6.2.7.1 Instalaciones:

Tabla 23.

Instalaciones visualmente Atractivas.

	Pregunta 18	Recuento	Porcentaje	P. Valido
Las instalaciones de ADUANAS-SUNAT son visualmente atractivas y confortables	Totalmente de acuerdo	83	21.61%	21.61%
	De acuerdo	201	52.34%	52.34%
	Ni acuerdo ni desacuerdo	53	13.80%	13.80%
	Desacuerdo	29	7.55%	7.55%
	Totalmente en desacuerdo	18	4.69%	4.69%
	Total	384	100.00%	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios en los puestos de aduanas de la región de Tacna.
Elaboración: propia. / SPSS.

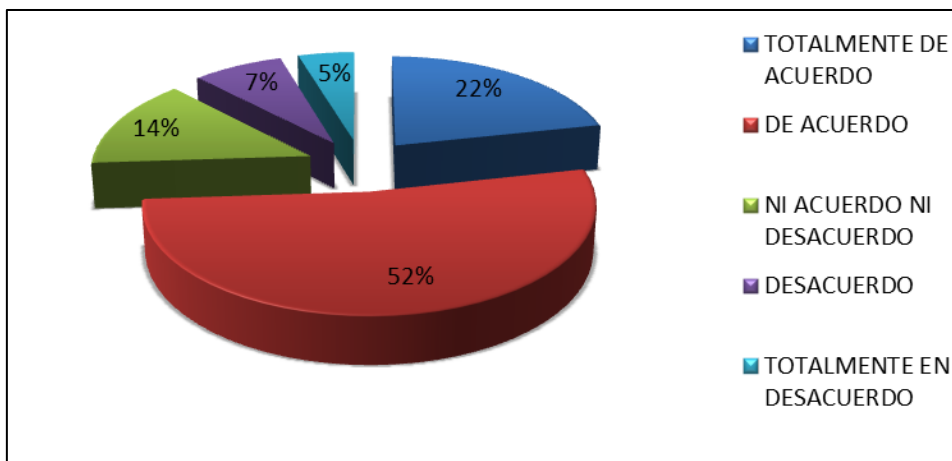


Gráfico 22. Instalaciones visualmente Atractivas.
Elaboración: Propia/SPSS.

Interpretación:

Observamos en la Tabla N°23 que, el 53.61% de los turistas considera estar de acuerdo en que las instalaciones físicas de los puestos de ADUANAS-SUNAT son visualmente atractivas y confortables, mientras que el 21.61% de turistas indicó estar totalmente de acuerdo.

Así mismo, el 13.80% de turistas indicó estar ni acuerdo ni en desacuerdo, el 7.55% indicó estar en desacuerdo y por último el 4.69% indicó estar totalmente en desacuerdo.

Esto demuestra que las instalaciones físicas de los puestos de ADUANAS-SUNAT son visualmente atractivas y confortables, lo cual es sumamente importante tanto para el desempeño de los funcionarios como para la comodidad, seguridad y satisfacción de sus usuarios.

6.2.7.2 Antecedentes:

Tabla 24.
Prejuicio por Referencias Negativas.

	Pregunta 19	Recuento	Porcentaje	P. Valido
Las referencias	Totalmente de acuerdo	22	5.73%	5.73%
negativas sobre los	De acuerdo	289	75.26%	75.26%
funcionarios de	Ni acuerdo ni desacuerdo	27	7.03%	7.03%
ADUANAS-SUNAT	Desacuerdo	29	7.55%	7.55%
crean prejuicio en su	Totalmente en desacuerdo	17	4.43%	4.43%
persona	Total	384	100.00%	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios en los puestos de aduanas de la región de Tacna.
Elaboración: propia. / SPSS.

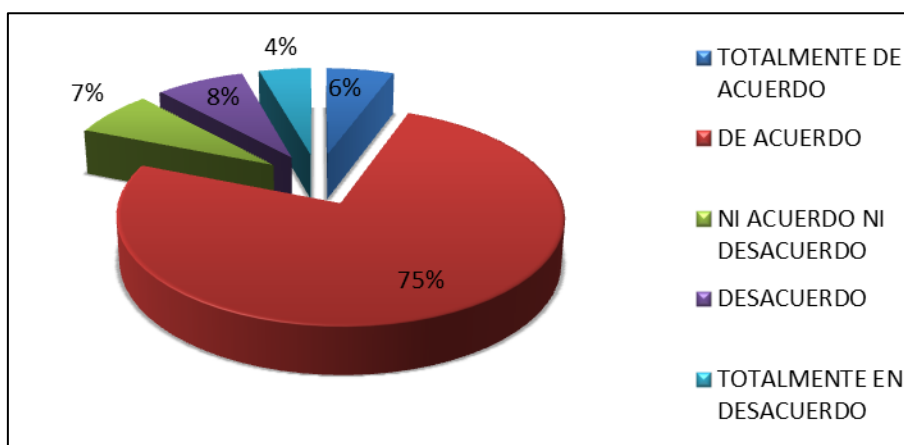


Gráfico 23. Prejuicio por Referencias Negativas.
Elaboración: Propia/SPSS.

Interpretación:

En la Tabla N°24, de acuerdo a los resultados de la encuesta, se tiene que los turistas en su mayoría, con el 75.26%, consideran estar de acuerdo en que las referencias negativas de la ADUANAS-SUNAT si crea en ellos un prejuicio, seguido del 7.55% que consideran estar en desacuerdo con dicha afirmación. Mientras que, el 7.03 % indica estar ni acuerdo ni en

desacuerdo, otro 5.73% estar totalmente de acuerdo. Y sólo el 4.43% indican estar totalmente en desacuerdo con dicha premisa.

Estos resultados reflejan un aspecto negativo para la institución pues la percepción que poseen los turistas es fácilmente afectada por sucesos pasados y comentarios de conocidos y familiares que hayan tenido altercados con los funcionarios de ADUANAS-SUNAT.

Esto genera un estado de alerta en los turistas mucho antes de hacer uso de los servicios u someterse a los controles pertinentes.

6.2.8 Utilización de Material Didáctico:

6.2.8.1 Equipos:

Tabla 25.
Equipos Modernos.

	Pregunta 20	Recuento	Porcentaje	P. Valido
ADUANAS-SUNAT de	Totalmente de acuerdo	76	19.79%	19.79%
la región de Tacna	De acuerdo	196	51.04%	51.04%
dispone de equipos	Ni acuerdo ni desacuerdo	54	14.06%	14.06%
modernos que faciliten la	Desacuerdo	41	10.68%	10.68%
información o el trámite	Totalmente en desacuerdo	17	4.43%	4.43%
que usted realice.	Total	384	100.00%	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios en los puestos de aduanas de la región de Tacna.
Elaboración: propia. / SPSS.

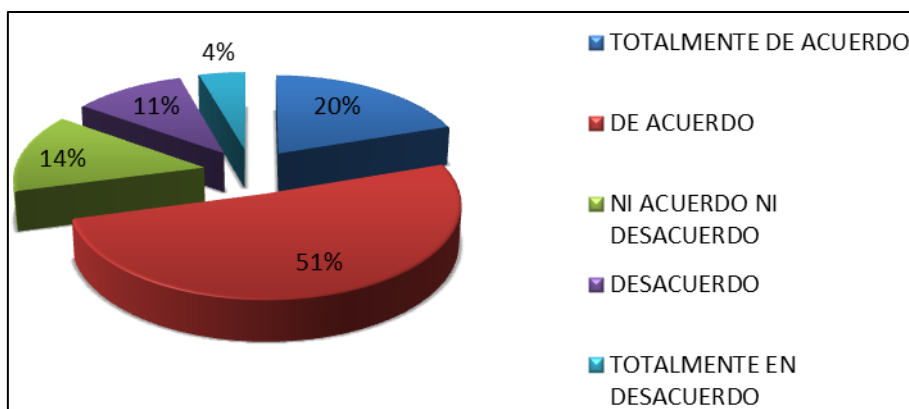


Gráfico 24. Equipos Modernos. Elaboración: Propia/SPSS.
Elaboración: Propia/SPSS.

Interpretación:

Observamos en la Tabla N°25 que, el 51.04% de los turistas encuestados indicó estar de acuerdo en que ADUANAS-SUNAT dispone de equipos modernos que faciliten los procedimientos de control y trámite a realizar; mientras que el 19.79% de los turistas encuestados indicó estar totalmente de acuerdo.

El otro, 14.06% de turistas indicó estar ni acuerdo ni en desacuerdo, el 10.68% indicó estar en desacuerdo y por último el 4.43% indicó estar totalmente en desacuerdo.

Esto demuestra que los turistas tienen a su alcance equipos modernos que les ayudan a obtener la información que solicitan, como la página web donde los turistas pueden estar al tanto del reglamento de equipaje y menaje, las tarifas de liquidación de impuestos, los documentos requeridos y más.

6.2.8.2 Materiales:

Tabla 26.
Materiales Didácticos Atrayentes.

En los puestos de	Pregunta 21	Recuento	Porcentaje	P. Valido
ADUANAS-SUNAT	Totalmente de acuerdo	69	17.97%	17.97%
los materiales	De acuerdo	199	51.82%	51.82%
asociados al servicio	Ni acuerdo ni desacuerdo	48	12.50%	12.50%
son atractivos y	Desacuerdo	36	9.38%	9.38%
contiene la información	Totalmente en desacuerdo	32	8.33%	8.33%
que usted necesita.	Total	384	100.00%	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios en los puestos de aduanas de la región de Tacna.
Elaboración: propia. / SPSS.

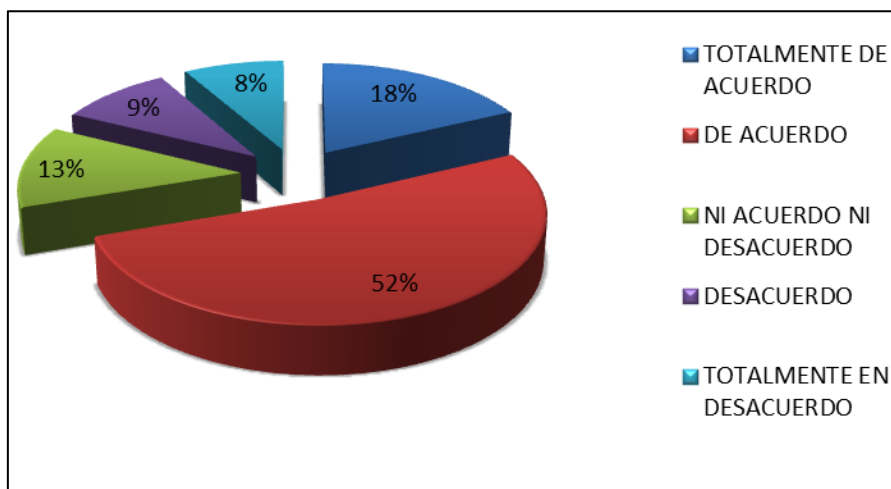


Gráfico 25. Materiales Didácticos Atrayentes. Elaboración: Propia/SPSS.
Elaboración: Propia/SPSS.

Interpretación:

Según la Tabla N°26 observamos que, el 51.82% de los turistas indicó estar de acuerdo con que en la institución, los materiales asociados al servicio (como dípticos, trípticos, paneles,

gigantografías entre otros) son visualmente atractivos y contiene la información que necesitan; mientras que el 17.97% de turistas indicó estar totalmente de acuerdo con dicha afirmación.

En tanto, el 12.50% de turistas indicó estar ni acuerdo ni en desacuerdo, otro 9.38% indicó estar en desacuerdo con dicha afirmación y por último el 8.33% indicó estar totalmente en desacuerdo.

Esto demuestra que los turistas se sienten visualmente atraídos con los materiales asociados al servicio que posee la ADUANAS-SUNAT, como los banners con la mención de declaración de mercancías tanto en los puestos de control, como en las carreteras y alrededores e interiores de la ciudad de Tacna.

6.3 Verificación de Hipótesis:

Luego de recolectados los datos, la verificación de hipótesis en este capítulo incluye dos partes; una primera relaciona con el análisis descriptivo de la variable, que permite comparar los resultados con la hipótesis general; y una segunda parte en la que se desarrollan datos de cada indicador al detalle y su resultado con las hipótesis específicas.

Las encuestas recolectadas fueron tabuladas a través de la obtención de datos sobre los cuales se trabajó la verificación de hipótesis. Como primer paso, se presenta la información en una tabla (Tabla N°27) donde se resumen el promedio o media de los indicadores en este estudio. Así mismo presentamos otra tabla (Tabla N°28) donde se muestra las escalas de medición de la calidad aplicada.

Tabla 27.
Detalle de resultados por Indicador.

Indicador	Media
Atención al Turista	1.82
Atención de Quejas y Sugerencias	1.95
Eficiencia	1.40
Generación de Confianza	2.32
Orientación	2.30
Imagen Institucional	2.55
Utilización de material didáctico	3.89
MEDIA	2.31

Elaboración: propia.

Tabla 28.
Escalas de Medición de la Calidad Aplicada.

	Escala de Likert Aplicada	Escala Equivalente a las Hipótesis
1	Totalmente en desacuerdo	Muy bajo o Negativo
2	En desacuerdo	Bajo o Negativo
3	Ni acuerdo ni desacuerdo	Medio
4	De acuerdo	Alto o Positivo
5	Totalmente de acuerdo	Muy alto o Positivo

Elaboración: propia.

6.3.1 Hipótesis General:

Como resultado de todo el proceso de investigación se pudo demostrar que el nivel de calidad en el servicio al turista tuvo una calificación media de 2.31, lo cual se traduce en un nivel de calidad bajo.

Este resultado permite dar por aprobada la hipótesis general que plantea que “El nivel de calidad del servicio al turista en los puestos de ADUANAS-SUNAT de la Región de Tacna, es bajo”, tal como se muestra en la Ilustración N°04.

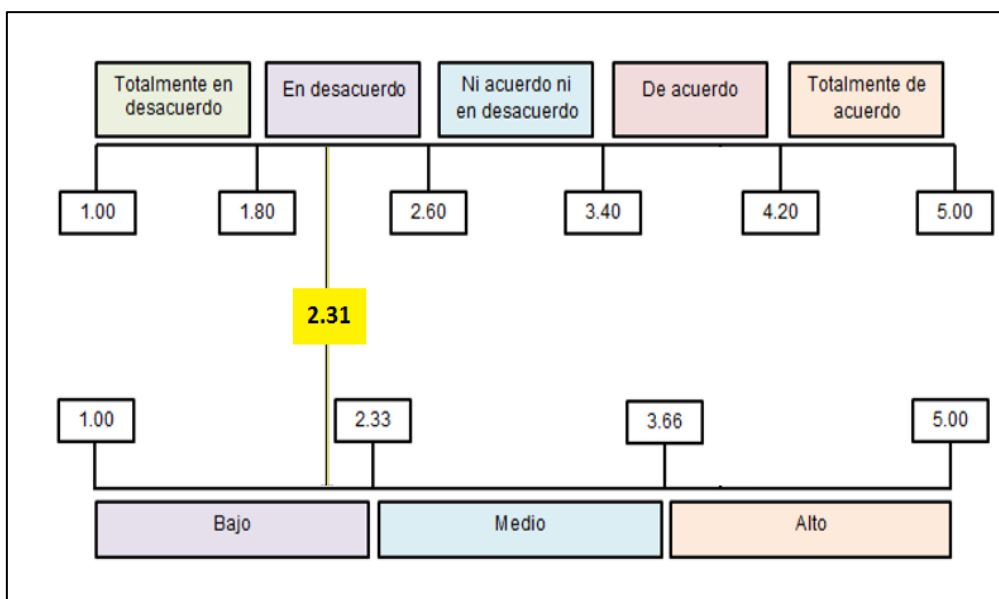


Ilustración 4. Medición de la calidad en el servicio al Turista.
Elaboración: Propia.

6.3.2 Hipótesis Específicas:

Así mismo como resultado de la aplicación de instrumentos y técnicas estadísticas se calculó la media de acuerdo a cada uno de los indicadores, se obtienen los siguientes resultados, los cuales permitieron verificar las hipótesis específicas:

- La primera hipótesis específica sostiene que el nivel de calidad en la atención al turista en los puestos de ADUANAS-SUNAT de la Región Tacna, es bajo. Esta premisa logro

comprobarse dado que la media de calificación de este indicador fue de 1.82 valoración que representa un nivel bajo, tal como se observa en la Ilustración N°05. Por ello se aprueba la primera hipótesis específica.

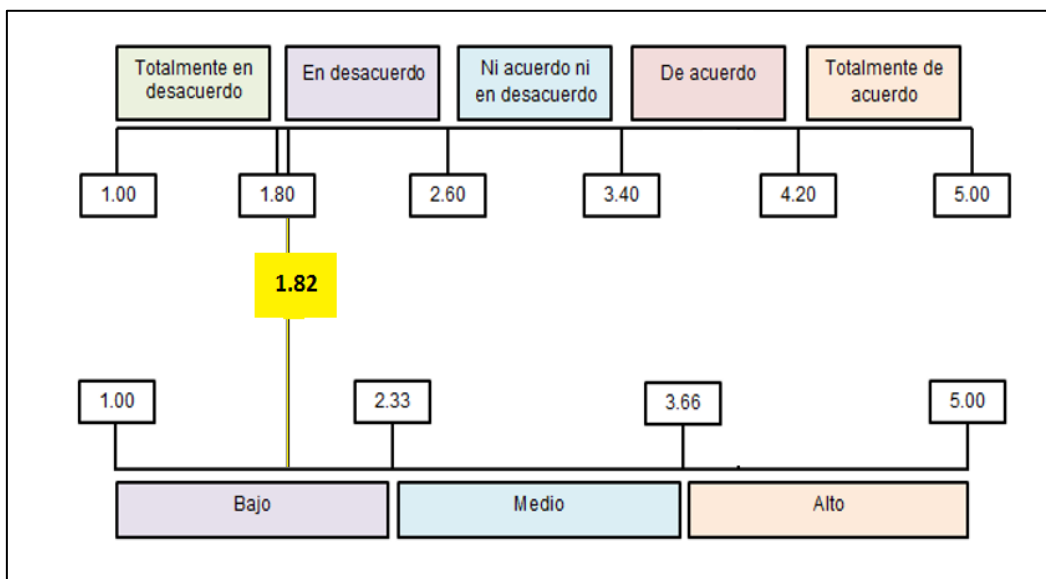


Ilustración 5. Medición de calidad en Atención al Turista.
Elaboración: Propia.

- b) La segunda hipótesis específica sostiene que el nivel de calidad en la atención de quejas y sugerencias al turista en los puestos de ADUANAS-SUNAT de la Región Tacna, es bajo. La media de calificación de este indicador fue de 1.95, valoración que representa un nivel bajo, tal como se observa en la Ilustración N°06. Por ello se aprueba la segunda hipótesis específica.

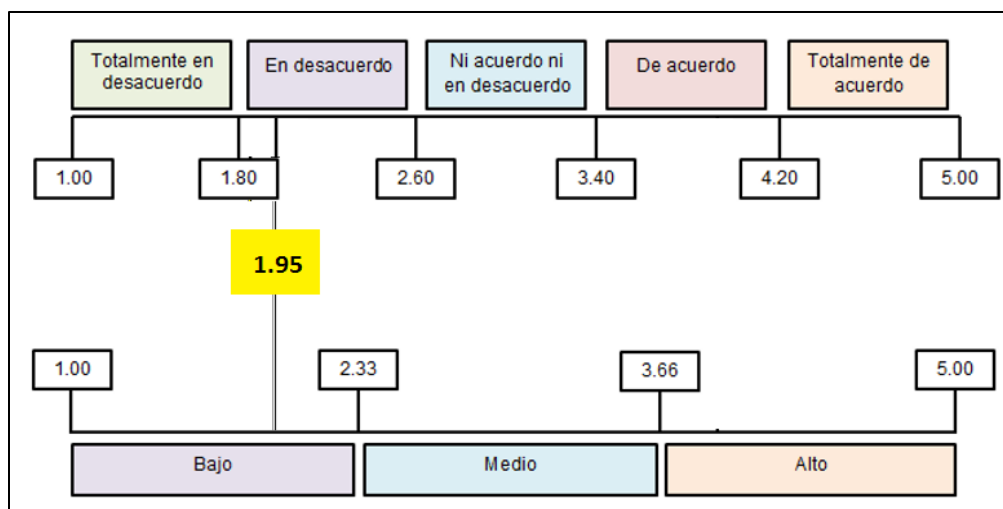


Ilustración 6. Medición de calidad en la Atención de Quejas y Sugerencias.
Elaboración: Propia.

- c) La tercera hipótesis sostiene que el nivel de eficiencia en el servicio al turista en los puestos de ADUANAS-SUNAT de la Región Tacna, es bajo. Esta premisa logro comprobarse dado que la media de calificación de este indicador fue de 1.40 valoración que representa un nivel bajo, tal como se observa en la Ilustración N°07. Por ello se aprueba la tercera hipótesis específica.

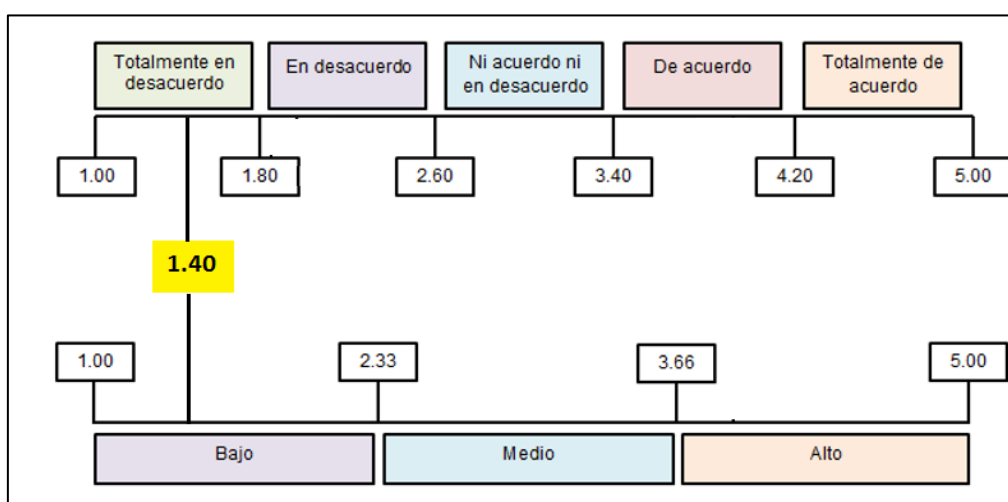


Ilustración 7. Medición de Eficiencia.
Elaboración: Propia.

- d) La cuarta hipótesis sostiene que el nivel de calidad en la generación de confianza al turista en los puestos de ADUANAS-SUNAT de la Región Tacna, es bajo. Esta premisa logro comprobarse dado que la media de calificación fue de 2.32, lo que representa un nivel bajo, tal como se observa en la Ilustración N°08. Por ello se aprueba la cuarta hipótesis específica.

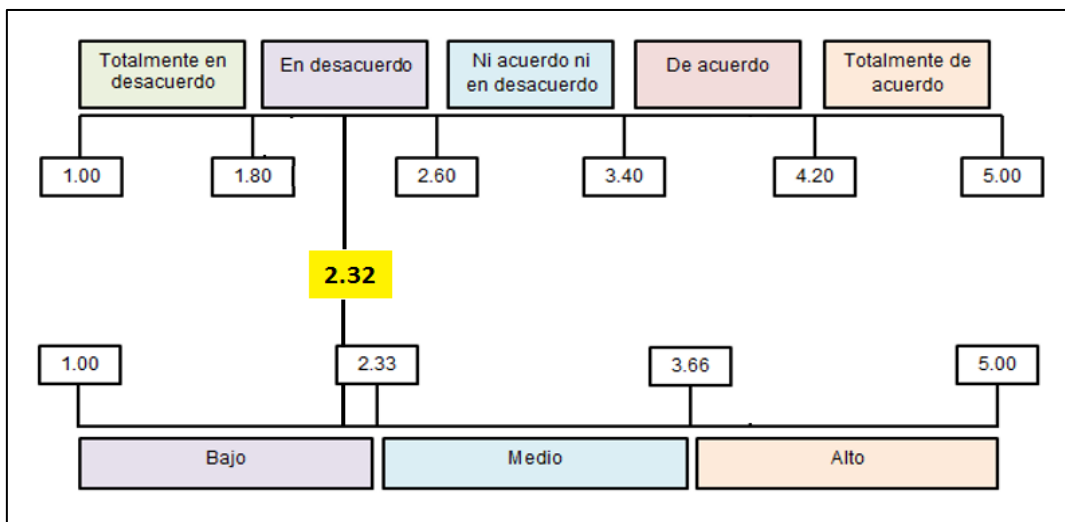


Ilustración 8. Medición de la calidad en Generación de Confianza.
Elaboración: Propia.

- e) La quinta hipótesis específica sostiene que el nivel de calidad en la orientación al turista en los puestos de ADUANAS-SUNAT de la Región Tacna, es bajo. Esta premisa se aprueba dado que la calificación de este indicador fue de 2.30 valoración que representa un nivel bajo, como se observa en la Ilustración N°09. Por ello se aprueba la quinta hipótesis específica.

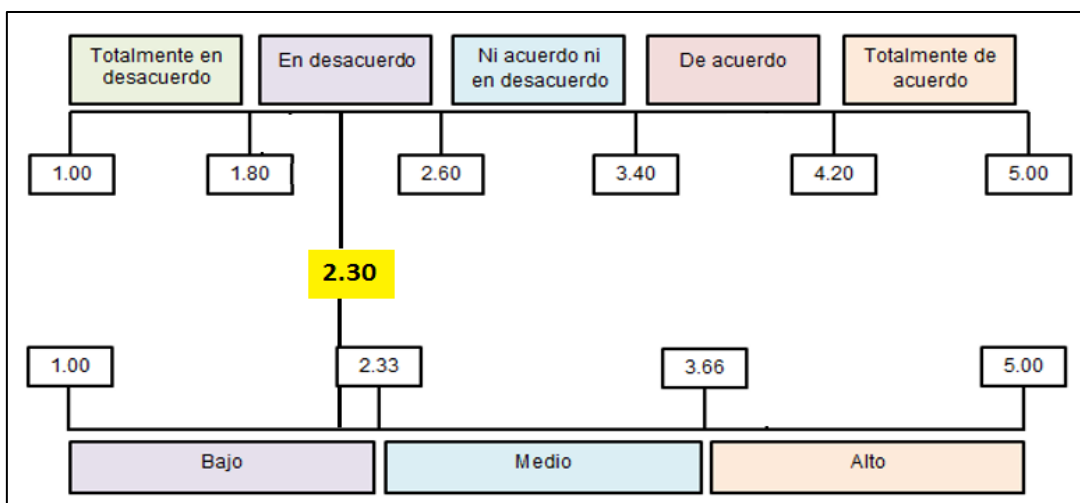


Ilustración 9. Medición de la calidad en Orientación.
Elaboración: Propia.

- f) La sexta hipótesis específica sostiene que el nivel de utilización de material didáctico en el servicio al turista en los puestos de ADUANAS-SUNAT de la Región Tacna, es alto. Esta premisa se aprueba dado que la media de este indicador es de 3.89, valoración que representa un nivel alto, como lo muestra en la Ilustración N°10. Por ello se aprueba la sexta hipótesis específica.

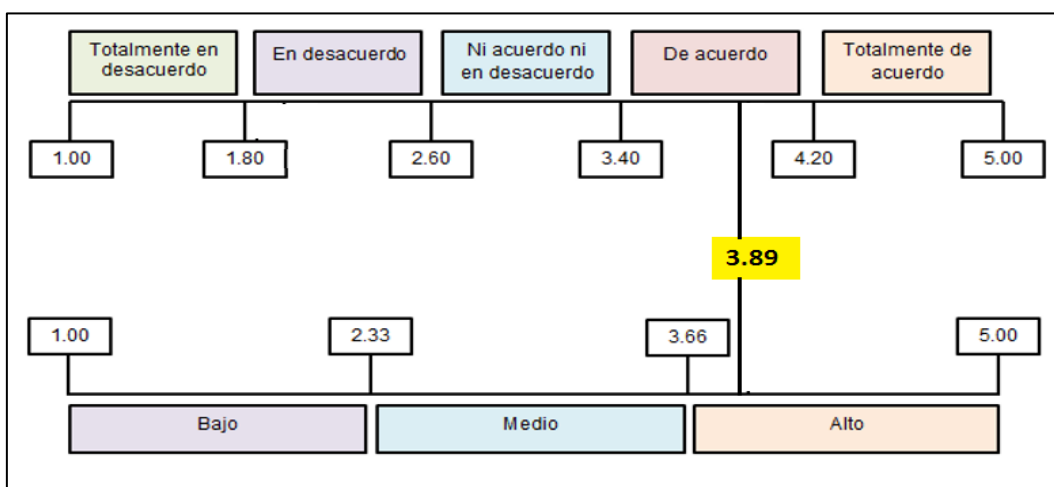


Ilustración 10. Medición de utilización de Materiales Didácticos.
Elaboración: Propia.

- g) La séptima hipótesis específica sostiene que la percepción del turista antes de recibir el servicio en los puestos de ADUANAS-SUNAT de la Región Tacna, es negativo. Esta premisa logro comprobarse dado que la media de este indicador fue 2.55 lo que representa una percepción negativa, tal como lo indica la Ilustración N°11. Por ello se aprueba la séptima hipótesis.

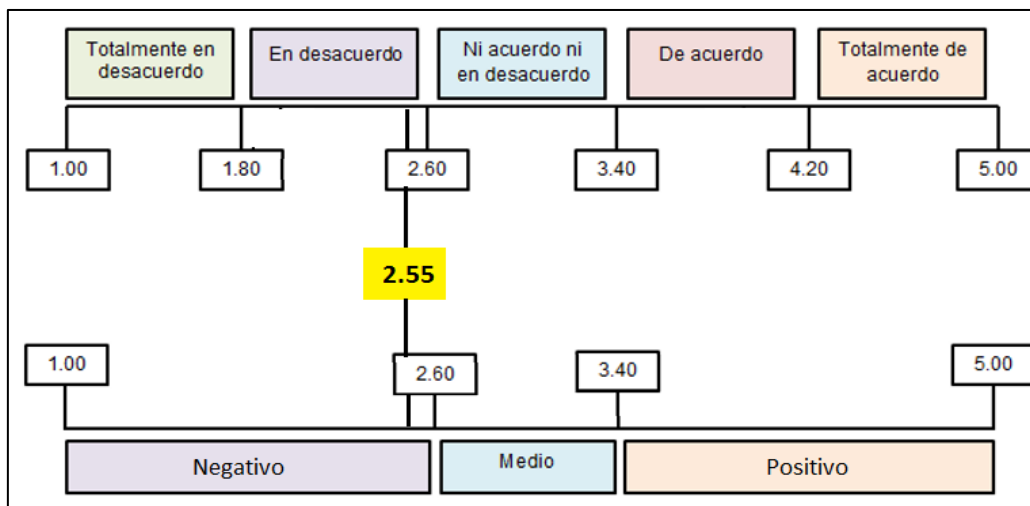


Ilustración 11. Medición de la percepción del turista antes de recibir el servicio.
Elaboración: Propia.

CAPÍTULO VII
CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS

7.1 Conclusiones:

- a) Como primera conclusión podemos decir que el nivel de calidad en el servicio al turista en los puestos de ADUANAS-SUNAT de la región Tacna, logro una media de calificación de 2.31 lo cual representa un nivel de calificación bajo, además demuestra que los turistas no están de acuerdo con que el servicio brindado fue de calidad.

Así se tiene calificaciones bastantes similares lo que demuestra que ADUANAS-SUNAT no está cumpliendo con prestar un servicio de calidad en los puestos de la Región de Tacna.

- b) La atención al turista en los puestos de ADUANAS-SUNAT se ejecuta en niveles bajos, con una media de calificación de 1.82. Los sub-indicadores como la cortesía y el interés de los funcionarios por las necesidades específicas nos muestran niveles poco aceptables.
- c) La atención de quejas y sugerencias en el servicio al turista en los puestos de ADUANAS-SUNAT, se ejecuta de manera poco aceptable, con una media de calificación de 1.95, valoración que representa un nivel bajo. El sub-indicador más relevante de este indicador es el conocimiento para responder sus dudas por parte de los funcionarios con bastante insatisfacción de parte de los turistas.
- d) El nivel de eficiencia en el servicio al turista en los puestos de ADUANAS-SUNAT de la Región Tacna, es bajo. Con una media de calificación de 1.40. El presente indicador tubo como sub-indicadores la rapidez, administración de tiempos y percepción de calidad, todos estos con niveles nada aceptables dado la gran insatisfacción de los turistas.
- e) El nivel de calidad en la generación de confianza en el servicio al turista en los puestos de ADUANAS-SUNAT de la región de Tacna, es bajo. Con una calificación media de 2.32, este indicador tuvo como principal sub-indicador la confianza la cual presento un nivel

poco aceptable debido a la indiferencia que emiten los funcionarios de ADUANAS-SUNAT al momento de brindar el servicio.

- f) El nivel de calidad en orientación al turista en los puestos de ADUANAS-SUNAT de la región de Tacna, es bajo con una calificación media 2.30. Esta calificación tiene como sub indicador la precisión para informar sobre los servicios y paso a seguir en trámites de control aduanero, con una calificación baja debido al poco profesionalismo de los funcionarios.
- g) El nivel de uso de material didáctico para la atención al turista en los puestos de ADUANAS-SUNAT de la región Tacna, es alto con una media de calificación de 3.89; esto gracias a que en los puestos se cuenta con equipos modernos para el control y los materiales didácticos y de información son visualmente atractivos.
- h) La imagen institucional en el servicio que brinda ADUANAS-SUNAT es negativa, con una media de 2.55. Este indicador tiene como principal sub-indicador los antecedentes de hechos u referencias brindadas a los turistas, las cuales juegan un papel muy importante pues estas generan un prejuicio en los turistas, los cuales en muchas situaciones actúan de manera defensiva en los controles respectivos lo cual genera mucha más fricción e incidentes.

7.2 Sugerencias:

- a) Los indicadores con mayor peso, respecto a la calidad en el servicio al turista en los puestos de ADUANAS-SUNAT de la región Tacna, fueron el comportamiento poco cortés de sus funcionarios y la capacidad para resolver problemas y responder preguntas. Esta característica en los funcionarios de esta institución es muy valorada pues influyen mucho en la percepción del turista, pues les genera confianza y seguridad. Es por ello que

ante el déficit de este comportamiento se observa bastante insatisfacción en los turistas, por lo tanto se recomienda reforzar este déficit en cualidades por medio de capacitaciones y continuas evaluaciones a sus funcionarios.

- b) Dado que la importancia de los principales intereses de los turistas es un punto sensible que ellos mismos reconocen como debilidad en la atención al turista en los puestos de ADUANAS-SUNAT, se recomienda a la institución y a sus funcionarios quienes son los que tienen contacto directo con los turistas, que refuercen sus estrategias de comunicación para brindar mayor calidez, amabilidad en el trato y empatía.
- c) Los resultados nos han brindado información suficientes como para detectar aspectos en los que es preciso trabajar para mejorar la percepción del turista. Para ajustar el servicio a lo que los turistas esperan de esta gran institución y por ende de sus funcionarios, se sugiere implementar como herramienta a las encuestas, realizadas de manera periódica que ayuden a evaluar las brechas del servicio y disminuir de esta manera las quejas y reclamos.
- d) Uno de los factores con mayor insatisfacción de los turistas, fue por situaciones en las que el servicio excede notablemente los tiempos de atención; si bien en esta institución el servicio no se ve perjudicado por factores externos no controlables como el clima, si enfrenta olas masivas de flujo de turistas y residentes. Por lo tanto es importante que exista el personal suficiente y capacitado para evitar este tipo de embotellamientos, así mismo que exista una comunicación constante, fluida y certera entre funcionarios y turistas, ya que la información oportuna los vuelve más tolerantes en este tipo de situaciones.

- e) Uno de los puntos nada a favor de la calidad en el servicio al turista en los puestos de ADUANAS-SUNAT, es la generación de confianza que emiten sus funcionarios, este es el resultado de asignar personas poco adecuadas al cargo, poco competentes y sin vocación de servicio, todas estas fortalezas necesarias para prestar un servicio de calidad. Para hacer de esta característica en los funcionarios sea constante, se recomienda a la institución incentivar adecuadamente a sus funcionarios y que dicha motivación se refleje en su desempeño.
- f) Debido a que un considerable número de turistas, por no decir su totalidad, indico la importancia de recibir información precisa en el servicio, se recomienda reforzar este punto, para lo cual se debe considerar el mejoramiento de la plataforma web, para que de una manera mucho más didáctica se informe del reglamento de equipaje y menaje ,así mismo inculcar el asesoramiento personalizado de los funcionarios hacia los turistas, lo cual aportara el conocimiento a los turistas para posteriores visitas. De la misma manera ADUANAS-SUNAT y sus funcionarios deben preocuparse por brindar información coherente y pertinente y no según criterio, que es lo que ocurre actualmente.
- g) Para los turistas que formaron parte de la evaluación, los materiales publicitarios y equipos modernos alcanzaron sus expectativas. Esto representa un punto positivo para ADUANAS-SUNAT de la región de Tacna, además los resultados indican que deben continuar con los esfuerzos de la mejora de instalaciones en algunos puestos, para que de esta manera los turistas puedan sentirse cómodos y familiarizados con el servicio. Se recomienda continuar con la gestión actual de este punto para la comodidad del turista.

h) De manera general, se puede considerar que, de acuerdo al estudio realizado, los prejuicios de los turistas hacia los funcionarios de ADUANAS-SUNAT, es inevitable debido a la naturaleza en si del control y los continuos choques en los controles, pero esto puede contrarrestarse en los casos que no ameriten enfrentamientos. Mantener a los funcionarios capacitados y disponibles para brindar información pertinente y trabajar con empatía y mucho control emocional, de esta manera se demostraría que la prioridad son los intereses de los turistas o usuarios. Por lo que se recomienda a la institución invertir en capacitaciones de atención y manejo de conflictos, para que sus funcionarios estén aptos para reaccionar ante todo tipo de situación, característica muy valorada por parte de los turistas.

Bibliografía

- Agudo, F. P. (1995). *Modelo secuencial de percepción de la Calidad ser Servicios: Análisis exploratorio*. Barcelona: VII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing, Sep.
- Alet Vilagínés, J. (1997). *Fidelización y Calidad de Servicio. Investigación y Marketing*. Desconocida: AEDEMO.
- Almanza, B., & Jaffe, W. L. (1994). *Use of the service Attribute Matrix to measure consumer satisfaction. Hospitality Research Journal*. (Vol. 17). Desconocida: Desconocida.
- Alonso Arza, J. (1996). *Tras el Precio, la Calidad , Alta Dirección*. (Vol. 30). Desconocida: Desconocida.
- Anderson, E. F. (1994). *Customer satisfaction, market share and profitability: finfing from Sweden. Journal of Marketing* (Vol. 58). Desconocida: Desconocida.
- Anderson, R. (1973). *Consumer Dissatisfaction: The Effect of disconformed expectancy on preceived product performance. Journal of marketing Research*. (Febrero ed., Vol. 10). Desconocida: Desconocida.
- Arranz, A., & Domingo Acinas, J. (2006). *Calidad y Mejora Continua*. Madrid: Donostiarra S.A.
- Berné, C. M. (1996). *La gestión estratégica y los conceptos de calidad percibida, satisfacción del cliente y la lealta*. (Vol. 307). Desconocida: Economía Industrial.
- Berumen., S. A. (2006). *Competitividad y Desarrollo Local*. Madrid: Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing (ESIC).
- Bigne, M. V. (1996). *Modelos de medición de calidad de servicio: Una aplicación a los servicios de transporte ferroviario*. Granada: Congreso AEDEM.
- Chang, R. (2007). *Herramientas para mejora Continua de Calidad*. Madrid: Ediciones Pirámide.

- Clark, A., & Norris. (1995). *La medición de la calidad de Servicio. Newsletter de Calidad de Servicio*. (Diciembre ed., Vol. 1). Desconocida: Desconocida.
- Cruz Cordero, J. C. (2005). *Tesis: El Diagnóstico de la Administración como paso previo para la competitividad en una empresa*. Cuba: Universidad de la Habana.
- Diaz Martin, A. (1996). *Evaluación de la Calidad de Servicio en la empresa turística*. Granada: Ponencia Congreso AEDEM.
- Evans, J., & Lindsay, W. (2000). *Administración y Control de la Calidad*. México: Grupo Editorial Iberoamérica S.A. de CV.
- Fernández, M. (1996). *Estructuración de las variable que determinan la calidad de servicio*. Granada: Ponencia en Congreso AEDEM.
- George, S. (1998). *Planeación Estratégica*. México: Compañía Editorial Continental SA. de CV.
- Gerry, J., & Kevan., S. (1999). *Dirección Estratégica*. Madrid: Prentice May International Ltd.
- Hernández Celis, D. (2005). *La Cultura y el clima organizacional como factores relevantes en la eficacia de la Administración Tributaria*. Perú: Universidad San Martín de Porres.
- Herrera Hurtado, H. (2007). *Tesis: Administración eficiente del Servicio de Intendencia de las Fuerzas Armadas*. Argentina: Universidad de Buenos Aires.
- Linares, R. (1995). *Medición de Satisfacción y Control de Calidad: El caso AVIS Capital Humano* (Vol. 7). Desconocida: Desconocida.
- Mauricio, L. (2007). *Kaizen - La Mejora Continua aplicada en la Calidad, Productividad y Reducción de Costos*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Miguel, C. P. (2007). *Las Aduanas y el Comercio Internacional*. Madrid: Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing (ESIC).

- Montes, D. R. (2003). *Tesis: Dirección y Gestión Efectivas para optimizar el Buen Gobierno de la Administración Fiscal*. México: Universidad Autónoma de México.
- Obeso Bahamondes, E. G. (2014). *Tesis: La calidad en el servicio al cliente en Peruvian air line S.A.C. . Tacna- Perú: Universidad Privada de Tacna.*
- Pavón, C. G. (2016). *Tesis: El nuevo enfoque del sistema de control interno de la Administración Aduanera*. Argentina: Universidad de la Plata.
- Pérez Paniagua, P. (2004). *Tesis: Administración; Herramienta para la eficacia empresarial*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Porter, & E., M. (1996). *Ventaja Competitiva*. México: CEC SA de CV.
- Rodríguez Lato, S. (2006). *Tesis: La Administración efectiva como instrumento para el mejoramiento continuo de una dependencia de la Administración Tributaria*. Santiago: Universidad Católica de Chile.
- Rodríguez, B. V. (2014). *Tesis: Administración efectiva de una entidad gubernamental; Caso Intendencia Nacional Aduanera*. Colombia: Universidad Pontificia Javeriana de Colombia.
- Saez Ramirez, S., & Gomez- Cambronero, L. (2007). *Sistema de mejora continua de la Calidad*. Valencia: Editado por la Universidad de Valencia.
- Stoner, F. G. (2000). *Administración*. México: Compañía Editorial Continental SA. de CV.
- Velasco Sánchez, J. (2005). *Gestión de la Calidad. Mejora Continua y Sistemas de Gestión. Teoría y Práctica*. Madrid: Ediciones Pirámide.

ANEXOS