



ESCUELA DE POSGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Calidad del servicio desde la perspectiva de los Operadores
de Comercio Exterior en la Aduana Aérea y Postal del
Callao

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestro en Gestión Pública

AUTOR:

Br. Jeffer Alonso Luna Calderón

ASESORA:

Mg. María Mercedes Nagamine Miyashiro

SECCIÓN:

Ciencias Empresariales

LINEA DE INVESTIGACIÓN:

Administración del talento humano

PERÚ – 2017

Página del jurado

Dr. Felipe Guizado Oscco

Presidente

Dr. Jorge Rafael Díaz Dumont

Secretario

Mg. María Mercedes Nagamine Miyashiro

Vocal

Dedicatoria

A todas aquellas personas que quiero, me quieren y están siempre alentándome para esforzarme cada día más.

Agradecimiento

A Dios, a la Escuela de Postgrado de la Universidad Cesar Vallejo y a todos sus docentes que impartieron sus conocimientos con dedicación y abnegación.

Declaración de Autoría

Yo, **Jeffer Alonso Luna Calderón**, estudiante de la Escuela de Postgrado, Maestría en Gestión Pública, de la Universidad César Vallejo, Sede Lima; declaro el trabajo académico titulado “Calidad del servicio desde la perspectiva de los Operadores de Comercio Exterior en la Aduana Aérea y Postal del Callao”, presentada, en 105 folios para la obtención del grado académico de Magister en Gestión Pública, es de mi autoría.

Por tanto, declaro lo siguiente:

- He mencionado todas las fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes, de acuerdo con lo establecido por las normas de elaboración de trabajos académicos.
- No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquellas expresamente señaladas en este trabajo.
- Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
- Soy consciente de que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en búsqueda de plagios.
- De encontrar uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinen el procedimiento disciplinario.

Lima, 07 de setiembre del 2016

Jeffer Alonso Luna Calderón

Presentación

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del reglamento de grados y títulos de la Universidad Cesar Vallejo, presento la tesis titulada: titulada “Calidad del servicio desde la perspectiva de los Operadores de Comercio Exterior en la Aduana Aérea y Postal del Callao”.

La presente tesis tiene como finalidad determinar el nivel de Calidad del servicio que brinda la Aduana Aérea y Postal del Callao – SUNAT a los Operadores de Comercio Exterior teniendo como base las expectativas y percepciones de la población estudiada.

La investigación consta de ocho capítulos, estructurados en la siguiente forma: Capítulo I Introducción, Capítulo II Marco metodológico, Capítulo III Resultados, Capítulo IV Discusión, Capítulo V Conclusiones, Capítulo VI Recomendaciones, Capítulo VII Referencias, y el Capítulo VII Apéndice.

Señores miembros del jurado mi persona se mantiene en espera de cumplir los requisitos para su aprobación.

El autor

Índice

Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de Autoría	v
Presentación	vi
Índice	vii
Listado de Tablas	ix
Listado de Figuras	x
Resumen	xi
Abstract	xii
I. Introducción	1
1.1 Antecedentes	2
1.2 Fundamentación científica	7
1.3 Justificación	22
1.4 Problema	24
1.5 Objetivos	26
1.6 Marco Conceptual	27
II. Marco metodológico	30
2.1 Variable	31
2.2 Operacionalización de la variable	31
2.3 Metodología	32
2.4 Tipo de estudio	32
2.5 Diseño	33
2.6 Población, muestra y muestreo	33
2.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	36

2.8	Métodos de análisis de datos	41
III.	Resultados	42
IV.	Discusión	59
V.	Conclusiones	64
VI.	Recomendaciones	67
VII.	Referencias	70
VIII.	Apéndice	77

Listado de Tablas

Tabla 1	Operacionalización de la variable Calidad del servicio.	31
Tabla 2	Muestra.	35
Tabla 3	Relación de validadores.	37
Tabla 4	Rango de escala y valores de la variable.	39
Tabla 5	Confiabilidad – Alfa de Cronbach.	40
Tabla 6	Percepción y expectativas de los Operadores de Comercio Exterior.	43
Tabla 7	Valores promedio por variables.	44
Tabla 8	Nivel de calidad global por ítems.	45
Tabla 9	Calidad del servicio de acuerdo a valores otorgados por los Operadores de Comercio Exterior.	46
Tabla 10	Nivel de calidad global del servicio a los Operadores de Comercio Exterior.	48
Tabla 11	Distribución de frecuencias de los niveles de calidad del servicio.	49
Tabla 12	Distribución de frecuencias de los niveles de calidad del servicio por cada dimensión.	49
Tabla 13	Distribución de frecuencias de los niveles de calidad de servicio de la dimensión Elementos tangibles.	50
Tabla 14	Distribución de frecuencias de los niveles de calidad de servicio de la dimensión Fiabilidad.	52
Tabla 15	Distribución de frecuencias de los niveles de calidad de servicio de la dimensión Capacidad de respuesta.	53
Tabla 16	Distribución de frecuencias de los niveles de calidad de servicio de la dimensión Seguridad.	55
Tabla 17	Distribución de frecuencias de los niveles de calidad de servicio de la dimensión Empatía.	56

Listado de Figuras

Figura 1	Cuestionario SERVQUAL, diferencia entre expectativas y percepciones de Morales y Bastida (2008).	38
Figura 2	Cuestionario SERVQUAL, diferencia entre expectativas y percepciones de la DIAN (2011).	39
Figura 3	Resultado de la calidad del servicio al restar percepciones y expectativas.	43
Figura 4	Resultado de la calidad del servicio al restar percepciones y expectativas por cada dimensión.	44
Figura 5	Distribución de frecuencias para cada una de las 7 escalas para expectativas y percepciones.	47
Figura 6	Nivel de calidad global del servicio dado a los Operadores de Comercio Exterior.	48
Figura 7	Nivel de calidad del servicio de la dimensión de Elementos tangibles.	51
Figura 8	Media obtenida por cada ítem de la dimensión Elementos tangibles.	51
Figura 9	Nivel de calidad del servicio de la dimensión de Fiabilidad.	52
Figura 10	Media obtenida por cada ítem de la dimensión de Fiabilidad.	53
Figura 11	Nivel de calidad del servicio de la dimensión Capacidad de respuesta.	54
Figura 12	Media obtenida por cada ítem de la dimensión Capacidad de respuesta.	54
Figura 13	Nivel de calidad del servicio de la dimensión Seguridad.	55
Figura 14	Media obtenida por cada ítem de la dimensión de Seguridad.	56
Figura 15	Nivel de calidad del servicio de la dimensión Empatía.	57
Figura 16	Media obtenida por cada ítem de la dimensión de Empatía.	57

Resumen

La presente investigación titulada “Calidad del servicio desde la perspectiva de los Operadores de Comercio Exterior en la Aduana Aérea y Postal del Callao”, tuvo como objetivo determinar el nivel de Calidad del servicio que se brinda a los Operadores de Comercio Exterior en la Intendencia Aduana Aérea y Postal del Callao – IAAP, entidad pública perteneciente a la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria – SUNAT.

La investigación se desarrolló bajo el diseño descriptivo, teniendo un enfoque cuantitativo con una muestra de estudio de conformada por 120 Operadores de Comercio Exterior a los cuales se les aplicó el cuestionario como instrumento de recolección de datos y el uso de encuestas como técnica, con aplicación de la escala de Likert, recurriendo al modelo SERVQUAL, en el cual se miden las expectativas que los usuarios esperan recibir y se mide la percepción de los usuarios después de recibir los servicios. De la diferencia o resta de percepciones y expectativas se obtuvo la Calidad del servicio considerándose tres niveles: alto, medio y bajo.

Con relación al objetivo general de determinar el nivel de calidad percibida por los Operadores de Comercio Exterior frente a los servicios que ofrece la Aduana Aérea y Postal del Callao, y después del análisis y procesamiento de datos se obtuvo que para un 68.86% la Calidad del servicio es baja o no satisfecha, frente a un 18.86% que percibió una Calidad del servicio alta o superada, y un 12.27% que señaló que la Calidad del servicio es media o se encontraban satisfechos. De lo anterior dicho se obtuvo un resultado negativo de -1.21.

Palabras claves: Calidad del servicio, expectativa, percepción, modelo SERVQUAL, elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

Abstract

This research entitled "Quality of service from the perspective of Foreign Trade Operators in the Air Customs and Postal Callao", aimed to determine the level of quality of service to Foreign Trade Operators are provided in the Administration Customs air and Postal Callao - IAAP, belonging to the National Customs and Revenue public entity - SUNAT.

The research was conducted under the descriptive design, with a quantitative approach with a study sample comprised 120 Foreign Trade Operators to which were administered the questionnaire as a tool for data collection and the use of surveys and technical, with implementation of the Likert scale, using the SERVQUAL model, which are measured expectations that users expect and receive user perception is measured after receiving services. Or subtracts the difference of perceptions and expectations of service quality was obtained considering three levels: high, medium and low.

With regard to the overall objective of determining the level of quality perceived by Foreign Trade Operators front of the services offered by Air Customs Administration and Postal Callao, and after analysis and data processing was obtained that for a 68.86% Quality the service is low or not satisfied, compared with 18.86% who perceived a high quality of service or exceeded, and 12.27% who indicated that service quality is average or were satisfied. From the foregoing that a negative result of -1.21 was obtained.

Keywords: Quality of service, expectation, perception, SERVQUAL model, tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy.

I. Introducción

1.1 Antecedentes

Antecedentes nacionales

Urbina (2014), en su investigación de carácter descriptivo sobre La calidad del servicio que brindan los funcionarios de orientación al cliente de la Intendencia Regional Trujillo – SUNAT y su influencia en la satisfacción de los usuarios busco como objetivo principal determinar la influencia de la calidad del servicio sobre el grado de satisfacción de la población en estudio, concluyendo que la calidad de atención en las oficinas de atención al contribuyente de dicha institución pública es mala llegando al 51% de encuestados y regular con 43% dando un resultado final de deficiente. Asimismo el autor concluye que si existe relación entre la calidad del servicio y satisfacción comprobado en la correlación de Pearson. Dentro de las recomendaciones Urbina (2014) plantea que la SUNAT a través de la Intendencia Regional de la Libertad elabore un plan de mejora así como la capacitación del área de atención al contribuyente. Recomienda además que para mejorar la calidad del servicio se opte por el método de Kaizen de mejora continua.

Ontón, Medoza & Ponce (2010) en su estudio descriptivo acerca de calidad de servicio en el aeropuerto de Lima utilizaron el modelo SERVQUAL de Parasuraman Zeithaml & Berry (1998) para el análisis de la calidad del servicio al cliente y determina que es indispensable el estudio de la calidad de servicio. La investigación de los autores se centró en las dimensiones de la calidad, es decir los atributos o criterios que los clientes usan para evaluar el servicio que adquieren, resaltando en el resultado de su investigación fiabilidad, seguridad y capacidad de respuesta como las dimensiones que más importan a los viajeros, no obstante la preferencia no dista mucho de las otras dimensiones siendo la dimensión de empatía de la que tiene una percepción favorable menor. El resultado final determina que la calidad del servicio percibida por los viajeros es buena y satisfactoria.

Rasilla (2012) en los resultados de su investigación sobre la Administración Aduanera y su influencia en el comercio exterior del Perú y cuyo objetivo de investigación fue determinar el impacto de una eficiente Administración Aduanera

y su relación con el Comercio Internacional en el Perú, determina la estrecha vinculación de la calidad y el comercio exterior y menciona que:

La calidad de los servicios lo único que hacen es contribuir a que la gerencia cumpla con las metas organizacionales, esto implica que se promueven la consecución de los objetivos de la empresa y que realmente los alcance al margen de la forma en cómo se encuentran planteados, como consecuencia de ello, los hace competitivos para realizar un buen comercio exterior. (p.94).

Verano y Milla (2009) en su tesis Sistema de Administración y Control de Garantías cuyo ámbito de estudio tuvo a la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria – SUNAT plantean como recomendación que el incremento de la calidad y eficacia en la institución tomará cada vez mayor importancia siempre que esté acorde con el incremento de la capacidad competitiva de sus trabajadores y del compromiso que estos mantienen con su institución. Añaden además el aprovechamiento del marco normativo y respaldo político para la integración con el sector privado con el objetivo de simplificar los trámites y procesos de la SUNAT.

Ortiz (2015) en su investigación de título Calidad del servicio de atención al usuario de la Municipalidad de Ñaña – Lima, mediante enfoque descriptivo estableció como objetivo describir la calidad del servicio a los usuarios de la mencionada institución pública para lo cual se valió del modelo SERQUAL concluye que un 41.1% de los usuarios encuestados considera regular la atención recibida y un 58.9 la considera como buena, determinándose en general que la calidad de la percepción es buena. El autor recomienda mejorar la calidad del servicio mediante el establecimiento de objetivos estratégicos para aplicables anualmente, resaltando además la motivación del personal de la institución y la satisfacción laboral teniendo un nivel de compromiso institucional alto.

Flores (2015) en su investigación descriptiva de nombre: Calidad del servicio alimentario a partir de expectativas y percepciones de usuarios del programa escolar Qali Warma en la I.E. del distrito de Tamburco, Abancay, 2014; recurrió al modelo SERVQUAL, teniendo como finalidad de su investigación

determinar la calidad del servicio dado a los usuarios de dicho programa. El autor concluye que un 19.3% de usuarios encuestados da por superada sus expectativas, es decir considera bueno el servicio ofrecido. Un 48.73% de los encuestados vio por satisfecha sus expectativas, lo cual se considera con un servicio de calidad modesta; y un 32.24% considero como malo el servicio ofrecido. El autor recomienda la utilización del cuestionario SERVQUAL en otras regiones del país así como la implementación de planes de mejora continua, capacitación al personal involucrado en la dación del servicio.

Antecedentes Internacionales:

Morales y Bastida (2008) en su investigación de carácter descriptiva en el cual utilizaron el cuestionario del modelo SERVQUAL y que tuvo como objetivo evaluar la calidad del servicio en el SAT - Servicio de Administración Tributaria, concluyendo que en los módulos de atención la calidad del servicio era deficiente y que las expectativas de los contribuyentes no estaban del todo cubiertas. Por otro lado su investigación determinó que las variables más importantes para los usuarios en el siguiente orden de prioridad son: Seguridad, Fiabilidad, y Capacidad de respuesta; restándoles menor atención a las variables: Aspectos tangibles y Empatía. El autor recomienda ayudar al personal de las áreas de Atención y Contacto para mejorar e incrementar sus conocimientos y habilidades para que los contribuyentes tengan la credibilidad y confianza a fin de revertir las percepciones actuales. Por último, recomienda la aplicación del cuestionario SERVQUAL después de un tiempo de realizar las capacitaciones al personal de atención así como de realizar la misma encuesta en distintas ciudades.

Romero (2010) en su investigación de nombre: Estrategias para incrementar la calidad de servicio en el área de asistencia al contribuyente sector Mérida región los Andes – SENIAT utilizó un enfoque descriptivo teniendo como objetivo principal proponer estrategias para incrementar la calidad del servicio en el Área de asistencia al contribuyente del Servicio Nacional Integrado de Administración Tributaria. La autora concluye que en general el servicio brindado por dicha entidad pública es lento e ineficiente dado que los tiempos de espera para atención a los usuarios son largos. Por otro lado el resultado de su investigación halló que el área no cuenta con planes ni a corto ni largo plazo para

la mejora de la calidad del servicio, así como indicadores internos que permitan la medición de la calidad del servicio. En relación a lo anterior la autora recomienda la implementación de estrategias para mejorar la calidad del servicio estableciéndose indicadores para su medición, la revisión de los elementos tangibles de las áreas de atención a fin de que los usuarios tengan la comodidad necesaria, y la capacitación al personal en contacto con los usuarios.

Otro antecedente de investigación relacionado fue el realizado por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales – DIAN (2011) de Colombia (entidad pública equivalente a la SUNAT en el ámbito aduanero). El objetivo de la investigación se determinó en nivel de calidad de servicio en base a las expectativas y percepciones de los usuarios, así como plantear alternativas de mejora. De los resultados de la investigación sobre la calidad del servicio brindada a los usuarios de la DIAN en Colombia permitió que la institución proponga los lineamientos necesarios para mejorar la calidad del servicio y lo denominaron el Modelo de Excelencia en el Servicio. La DIAN adaptó y aplicó en cuestionario SERVQUAL al hacer referencia a la importancia de diferenciar las expectativas y percepciones de sus usuarios.

Adí (2003) en su tesis descriptiva sobre la medición de la calidad de los servicios en las empresas de hotelería menciona que la rentabilidad de las empresas está relacionada a la satisfacción de los clientes y que la satisfacción es determinada por la calidad de los servicios que los clientes obtienen para lo cual recomienda el modelo de cuestionario SERVQUAL para determinar los niveles de calidad al acotar que su simplificación y adaptación se da para diferentes contextos de negocio. Asimismo, el autor menciona:

El proceso de mejora continua en la calidad de los servicios es sencillo; primero hay que tener conciencia acerca de la importancia de brindar un servicio de calidad, después hay que medir cuantitativamente los niveles de calidad que percibe el cliente, de los cuales se identifican los aspectos positivos y negativos del servicio, potenciar los positivos y disminuir los negativos, y repetir este proceso constantemente, aspirando siempre a un mejor resultado. (p.33)

Bujanda (2007) en su investigación de carácter descriptivo sobre la calidad de los servicios y satisfacción de los usuarios o clientes en una compañía de seguros buscó determinar si la organización contaba con características propias de una empresa competitiva que brinda servicios de calidad, detectando que si bien la empresa contaba con una estructura formal definida adolecía de deficiencias en la orientación al cliente y que no se encontraban definidos los criterios que determinan la calidad del servicio. En sus recomendaciones el autor plantea documentar estándares de calidad, estimular en la organización capacidades directivas e innovadoras.

Vega (2001) en su investigación descriptiva sobre la importancia de la calidad en el servicio al cliente en una empresa de telefonía concluye que quienes definen la calidad del servicio son los clientes de acuerdo al producto o servicio brindado. Añade el autor que: “toda empresa debe preocuparse por mantener establecido un programa para medir los servicios que presta, y llevar estadísticas de estos; ya que esto ayudará a encontrar errores y/o mejorar los servicios que se prestan” (p.105).

Malvicino (2001) en su ponencia ante el V Congreso del Centro Latinoamericano de Administración para el Desarrollo y su investigación presentada sobre la Gestión de Calidad en la Administración Pública expone que:

Gestionar la calidad de un servicio el cual da razón de ser a la organización responsable del mismo implica adoptar los instrumentos gerenciales correspondientes para que de una manera organizada y planificada la organización obtenga resultados previstos o convenidos con terceros y demuestre capacidad de reacción frente a imponderables no previstos en sus procedimientos. (p.4)

Cabe agregar que el autor resalta la importancia de los sistemas de certificación para las empresas como son los ISO 9000, 9001 e ISO 14000 ya que dicha certificación involucra la implementación de procesos, registros funcionales y métodos de verificación.

Por otro lado, Malvicino (2001) menciona que la gestión de la calidad:

Implica realizar todas las tareas inherentes a la consolidación de una organización que se prepara para garantizar calidad en sus productos. Esa calidad en función de un compromiso, de una especificación de producto o servicio, del tiempo de entrega, de un ambiente organizacional predispuesto a la mejora continua, de un conjunto de procedimientos hechos para identificar por dónde las cosas se están haciendo bien en función de un parámetro externo o norma adoptados voluntariamente. (p.6)

El artículo del autor resalta además la importancia de contar con un estado moderno debiendo poner énfasis en los resultados y las prácticas, con el propósito de mejorar los servicios que se dan a los ciudadanos mejorando así la calidad de vida de los mismos. De lo anterior dicho el autor promueve la gestión de calidad en las instituciones del estado en base a la consolidación de las entidades que toman conciencia del nivel de calidad de los productos o servicios que brindan.

1.2 Fundamentación científica

Si bien es cierto que la variable central de la presente investigación es la “calidad del servicio”, es además necesario mencionar los fundamentos teóricos de otros términos como son la percepción, expectativas, satisfacción, incluso la calidad y lo que es servicio por separado, para finalmente comprender la variable “calidad del servicio” dentro del contexto de la administración pública.

Percepción:

La percepción para de Parasuraman, et al. (1993) es la forma como las personas juzgan, califica o interpretan un bien o servicio teniendo en consideración sus expectativas previas.

Barmat (2010) citado por Martínez, Nieto y Rayas (2013) menciona lo siguiente:

El concepto de percepción proviene del termino latino perceptio y se refiere a la acción y efecto de percibir (recibir por uno de los sentidos las imágenes, impresiones o sensaciones externas, o comprender o conocer algo). La percepción puede hacer referencia a un conocimiento, a una idea

o a la sensación interior que resulta de una impresión material hecha de nuestros sentidos. (p.11)

Para Arnheim (1986) la percepción es un proceso cognoscitivo que permite a las personas interpretar y comprender el entorno que lo rodea. Asimismo el autor señala que la percepción es la selección y organización de aquellos estímulos de dicho entorno que proporcionan en la persona significativas experiencias.

Asimismo el autor afirma lo siguiente:

La interpretación de una persona de los estímulos sensoriales que recibe, conducirá una respuesta, sea manifiesta (acciones) o encubierta (motivación, actitudes y sentimientos) o ambas. Cada quien selecciona y organiza los estímulos sensoriales de manera diferente y, por lo tanto, llega a interpretaciones y respuestas diversas. La diferencia de percepción ayuda a explicar por qué las personas se comportan en forma distinta en la misma situación. Con frecuencia se perciben las mismas cosas de manera divergente y las respuestas de comportamiento dependen, en parte, de éstas. (Arheim, 1986, p.55)

Para Whittaker (1987) en su definición para percepción la describe como la forma particular por la cual el sujeto recibe del entorno que lo rodea a través de sus sentidos y lo procesa en su cerebro, es decir para el autor se trata de un proceso cognitivo constante en la vida del ser humano.

Valera (2012) ahonda un poco más en lo referido a “percepción de la calidad del servicio” resalta la percepción como tema importante en la calidad del servicio, ya que desde la perspectiva del autor sesga la forma de identificar las cualidades, necesidades de las personas.

Gutiérrez, Pérez y Vizcarra (2002) en sus investigaciones sobre la percepción de la calidad del servicio determinan que:

La percepción o las percepciones que se generen en torno a la calidad del servicio de consulta externa, va a depender en primer instancia de las expectativas y predisposiciones que el usuario o derechohabiente tenga del

servicio que se le brinde, confrontándolo con los momentos de verdad que se presenten durante el proceso del servicio, recordando que un momento de verdad es todo lo que ocurre, realmente, entre el contacto que tiene el usuario con el prestador de servicio. (p.85)

Como se pudo apreciar, es importante la percepción como elemento para poder interpretar y comprender el grado con el que se están satisfaciendo las necesidades de las personas, y como menciona Bravo (2011) en su tesis la percepción, tiene importancia en el tema de Calidad de Servicio, ya que esta muchas juzga la forma de identificar las necesidades, cualidades o gustos de los clientes. En este sentido, es relevante para la presente investigación conocer que es la percepción a fin de comprender los elementos que influyen en la calidad del servicio.

Expectativas:

Para de Parasuraman, et al. (1993) las expectativas son las creencias actitudes que tienen las personas con respecto a los atributos de un bien o servicio y como este se desenvolverá a futuro.

Según Salazar (2006) en su investigación descriptiva sobre la calidad del servicio define a las expectativas como "la percepción de la probabilidad de ocurrencia de algún evento" (p.11). Asimismo el autor define a las expectativas como creencias o actitudes que tienen las personas en relación a los acontecimientos futuros y que inciden en las decisiones que se toman en el presente.

Olson y Dover (1979) citados por Salazar (2006), definen las expectativas como "La creencia de parte del consumidor acerca de los atributos de un producto o desempeño de este en un tiempo en el futuro" (p.11).

Satisfacción:

Según Parasuraman, et al. (1993) la satisfacción es la sensación que se da cuando la percepción de un objeto, bien o servicio supera las expectativas que la persona tenía del mismo.

Según Ninamango (2014) en sus estudios sobre percepción de la calidad de servicio de los usuarios menciona que:

La satisfacción del usuario depende no sólo de la calidad de los servicios sino también de sus expectativas. El usuario está satisfecho cuando los servicios cubren o exceden sus expectativas. Si las expectativas del usuario son bajas o si el usuario tiene acceso limitado a cualquiera de los servicios, puede ser que esté satisfecho con recibir servicios relativamente deficientes. (p.11)

Para Adi (2003) citado por García (2012), señala que la satisfacción de quienes reciben los servicios se da cuando las expectativas que son generadas antes de recibir el servicio se ven superadas por el valor de lo que la persona percibe cuando ya ha recibido el servicio.

Harrington (1997) citado por Martínez (2012) indica que el nivel de satisfacción del cliente es directamente proporcional a la diferencia entre el desempeño percibido de una empresa y las expectativas del cliente”

En cuanto a los elementos que conforman la satisfacción del cliente Kotler (1991), citado por Martínez (2012) señala que son tres los elementos: rendimiento percibido, expectativas, y nivel de satisfacción.

Concordando con los anteriores autores la satisfacción del cliente se logra cuando las expectativas que se genera antes de recibir un servicio son superadas por el valor que percibe una vez que lo ha recibido. A medida que el valor percibido por el cliente supere sus expectativas, más satisfecho se sentirá el cliente.

Servicio:

Stanton, Etzel y Walker (2003) definen los servicios “como actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades” (p.6).

Por otra parte Cantú (2001) citado en la tesis de Ventura (2008) define el servicio como “una actividad o conjunto de actividades casi siempre intangible que

se realiza mediante la interacción entre el cliente y el empleado y/o instalaciones físicas de servicio, con el objeto de satisfacerle un deseo o necesidad” (p.32).

Stanton, Etzel y Walker (2003) en sus estudios sostiene dos categorías en los servicios. En la primera se encuentran los servicios que vendrían a ser el propósito u objeto esencial de una transacción, por ejemplo el alquiler de un automóvil, donde la empresa pone a disposición del cliente un bien tangible, en este caso el vehículo; pero lo que en realidad se está adquiriendo es el acceso al medio de transporte, es decir un servicio. En la segunda categoría están los servicios que facilitan la venta de un bien o servicio, también llamados por el autor como servicios de apoyo o complementarios ya que solo podrían contratarse con el alquiler del vehículo.

Berry, Bennet & Brown (1989) sostienen que el servicio tiene cuatro características:

- a) Intangibilidad. Los servicios son intangibles. Al contrario de los artículos, no se le puede tocar, probar, oler o ver. Los consumidores que van a comprar servicios, generalmente no tienen nada tangible que colocar en la bolsa de la compra. Cosas tangibles como las tarjetas de crédito plásticas o los cheques pueden representar el servicio, pero no son el servicio en sí mismas.
- b) Heterogeneidad. Los servicios varían. Al tratarse de una actuación – normalmente llevada a cabo por seres humanos – los servicios son difíciles de generalizar, incluso los cajeros más corteses y competentes pueden tener días malos por muchas razones, e inadvertidamente pasar malas vibraciones al cliente o cometer errores.
- c) Inseparabilidad de producción y consumo. Un servicio generalmente se consume mientras se realiza, con el cliente implicado a menudo en el proceso. Una deliciosa comida de restaurante puede estropearla un servicio lento o malhumorado, y una transacción financiera rutinaria puede echarse a perder por una cola de espera inacabable o un personal sin preparación.

d) Caducidad. La mayoría de los servicios no se pueden almacenar. Si un servicio no se usa cuando está disponible, la capacidad del servicio se pierde. (p.25)

Shaw (1991) citado por Gutiérrez, Pérez y Vizcarra (2002) menciona los componentes esenciales de un servicio:

1. Cliente / Usuario: hace relación a las actividades realizadas por los clientes o usuarios de una organización; actividades que son vitales para el éxito de la organización, ya que, en parte, de ellos depende su desarrollo y evolución. El usuario, aporta diferentes experiencias, actitudes, emociones, necesidades y problemas a cada situación.
2. Proveedor (suministrador o fuente): se refiere al personal prestador del servicio, el cual crea valor para el usuario del servicio, con base a los comportamientos que éste percibe.
3. Interactivo: tiene que ver con el vínculo directo entre el personal de la empresa que presta el servicio y el cliente o consumidor. Este componente crea valor para el usuario del servicio y para el proveedor del mismo.
4. Proceso: es el “eslabón” o “conexión” entre el prestador de servicios y el usuario, en donde se llevan a cabo las actividades, movimientos, acciones, etc., necesarias y sistemáticas que la normatividad dice que “debe suceder”. En general es lo que realmente sucede entre el usuario y el prestador de servicios. (p.29)

Calidad:

El concepto de calidad ha sido definido y estudiado por varios autores. La Real Academia Española (2001) lo define como “la propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa, que permiten apreciarla como igual, mejor o peor que las restantes de su especie” (p.50).

Por otro lado, La Sociedad Americana para el Control de Calidad - A.S.Q.C. (2006) citado en la tesis de Arrué (2014) menciona que la calidad debe ser entendida como un bien, servicio o proceso el cual posee características y

propiedades que le otorgan aptitud para la satisfacción de las necesidades de los usuarios.

Asimismo se mencionan a continuación los siguientes autores que mediante sus estudios llegaron a plantear teorías que explican la definición de esta variable, sus componentes, así como los procesos que conlleva:

- Teoría de W. Edward Deming: considerado como el principal precursor de los estudios de calidad siendo de origen estadounidense viajó a Japón en la década de los 50 y desarrolló los sistemas de calidad de las industrias los mismos que hoy hacen que dicho país asiático mantenga estándares altos de calidad en sus productos y servicios. El autor sostenía que la calidad es responsabilidad de todos pero debía ser dirigida por la administración, y propuso los siguientes 14 puntos:
 1. Constancia o perseverancia por mejorar el servicio o producto.
 2. Toma de una actitud filosófica.
 3. No depender de las inspecciones en masa.
 4. Mejorar la calidad de los materiales que se compran a los proveedores.
 5. Mejora continua de los sistemas de producción y servicios.
 6. Capacitación personal.
 7. Instituir el liderazgo dentro de la organización.
 8. Desaparecer el temor.
 9. Eliminar las barreras entre las áreas.
 10. Eliminar slogans, carteles, frases que se exhorta a aumentar la fuerza de trabajo.
 11. Eliminar las normas que indican cumplimiento de cuotas numéricas.
 12. Eliminar las barreras que limitan el orgullo de hacer un buen trabajo.
 13. Instituir un programa de capacitación y de reinstrucción.
 14. Crear una estructura para la transformación de la organización

De los postulados de Deming concluye que “la calidad es satisfacción al cliente”

- Teoría de Kaoru Ishikawa: El autor plantea la idea de que la calidad es un compromiso de todos, desde los directivos hasta los trabajadores en todas

las áreas. Asimismo el autor indicaba que la calidad es algo que se promueve con la educación en el personal y que también termina con la educación. En el ámbito laboral estableció un proceso en el que en primer lugar se planeara objetivos y métodos de trabajo, segundo hacer el trabajo previa capacitación o educación del personal, tercero de verificar constantemente si se está satisfaciendo al usuario y cuarto de actuar ante una situación adversa que requiera de una corrección. Ishikawa determina que la causa y efecto es básico para la solución de los problemas siendo solucionados desde la raíz o hecho generador. Por último, una de las frases que el autor solía repetir es que si no hay liderazgo en la parte directiva no se debía insistir en los controles de calidad y que dicha calidad no se dará si la política no es clara.

- Teoría de Philip Crosby: el autor determina que la calidad es el cumplimiento de requisitos, y que si bien otros autores definen a la calidad como algo intangible el contrariamente lo prefiere ver como algo tangible y no solo darle un valor filosófico y abstracto. Asimismo el autor plantea que la calidad no es costosa como normalmente suelen pensar las empresas; el producir productos y servicios manteniendo un estándar de calidad desde la primera vez implicará la eliminación de costos a futuro por productos defectuosos y evitándose además la percepción negativa del consumidor final. De lo anterior el autor deduce que lo más costoso son los errores y defectos, no siendo la calidad. De esto último, Crosby recomienda además desaparecer la idea de que los errores y defectos siempre serán comunes en los procesos productivos.

Finalmente, es rescatable mencionar a Shewhart (1997) citado por Valera (2012) quien en su libro refiere que la calidad es el resultado de una dimensión subjetiva, es decir lo que la persona quiere, y una dimensión objetiva relaciona a lo que la organización ofrece; por lo tanto el autor menciona que la calidad es medible numéricamente ya que estas pueden satisfacer las necesidades o expectativas a lo que clasifico en un nivel uno y en un nivel dos clasifica aquellos servicios que solo clasifican las necesidades inmediatas de consumo de las personas

Calidad del Servicio:

En relación a la calidad del servicio se mencionan a continuación los siguientes modelos y autores que mediante sus estudios y práctica en la realidad establecieron el significado, composición y finalidad de la variable calidad del servicio, aportando en algunos casos instrumentos para la medición de la variable:

Modelo SERVQUAL:

El modelo SERVQUAL de Parasuraman, et al. (1993) es quizás la más renombrada y usada para estudios de calidad del servicio. Los autores en sus investigaciones destinadas a mejorar la calidad del servicio propusieron un cuestionario basado en cinco dimensiones:

- Elementos tangibles, que involucra la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.
- Fiabilidad, es la habilidad del personal para realizar el servicio de forma fiable y cuidadosa.
- Capacidad de Respuesta, es la disposición y voluntad del personal proveedor del servicio para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido.
- Seguridad, es el conocimiento y atención demostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza.
- Empatía, es la capacidad del proveedor del servicio para dar atención individualizada. (p.44).

Los autores afirman que son los clientes quienes definen la calidad del servicio teniendo en cuenta la diferencia entre sus expectativas y percepciones, señalando además otros factores como la comunicación boca a boca entre los clientes, las experiencias pasadas del servicio, la comunicación externa que realiza la organización para promover su servicio.

Como menciona De Pedro (2013) en relación al modelo SERVQUAL, las dimensiones de la calidad de los servicios constan de dos partes cada una de 22 puntos o indicadores que corresponden a las expectativas de las personas en relación a un determinado servicio o producto. La segunda parte también de 22

puntos o indicadores (los mismos de la primera parte), mide la percepción de las personas luego de haber consumido el producto o servicio. De lo anterior los resultados son contrastados para sacar las calificaciones de cada una de las 22 dimensiones en los cuales el autor menciona que se darán estos tres posibles resultados:

- Que las expectativas sean mayores a las percepciones: se alcanzan niveles bajos de calidad.
- Que las expectativas sean menores a las percepciones: se alcanzan niveles altos de calidad.
- Que las expectativas iguallen a las percepciones: los niveles de calidad son modestos. (p.49)

De lo anterior mencionado, Ninamango (2014) en su investigación descriptiva sobre la Percepción de la calidad del servicio de los usuarios de consultorio externo en un hospital estatal utilizó como instrumento para medir el nivel de satisfacción de los usuarios el cuestionario del Modelo SERVQUAL adaptándolo al ámbito de la salud. El autor basado en la teoría de Parasuraman, et al. (1994) distingue los dos aspectos que dan como resultado la calidad del servicio. El primero son las expectativas de los clientes, usuarios o consumidores referidos a la esperanza de los mismos de recibir un servicio que satisfaga o supere sus necesidades, y el segundo son las percepciones referidas a proceso interno de la persona después de haber recibido el servicio y que compara con el anhelo inicial o expectativa, otorgándole una calificación.

Por otro lado, Quijano (2004) afirma que existen seis dimensiones con la cual el cliente hace la evaluación de la calidad del servicio:

- Elementos tangibles: comprende las instalaciones, presentación personal y el equipo utilizado.
- Cumplimiento de promesas: se refiere a la entrega del servicio acordado y prometido. La entrega correcta y oportuna incluye dos elementos de igual importancia, debido a que provoca la confianza o desconfianza hacia una organización. En opinión del cliente, la confianza es lo más importante en materia de servicio y el cumplimiento

de promesas es uno de los factores más determinantes para que el cliente vuelva a comprar en una empresa.

- Actitud de servicio: es la disposición de los empleados para escuchar y resolver los problemas o emergencias de los clientes, en la forma más conveniente para ellos. Este factor es determinante para que el cliente vuelva a comprar en la misma empresa.
- Habilidades del personal: esta dimensión se refiere a las capacidades del personal, mostradas a través de su conducta para realizar su trabajo.
- Cortesía: proporcionando un trato cálido y amable al cliente.
- Empatía: la empatía incluye aspectos como la facilidad de contacto y comunicación apropiada a las características del cliente, así como a sus gustos y necesidades, haciéndolo sentirse único. (p.125).

Según Parasuraman, et al. (1994) citados en la tesis de Pérez (2014) los principales factores que determinan la calidad de los servicios son:

- La accesibilidad: El servicio es fácil de obtener, en lugares accesibles, y en el momento adecuado. Es importante tener en cuenta en un momento determinado, que los canales de apoyo (fuerza de ventas, telemercaderistas, punto de venta, etc.) seleccionados estén al alcance de los consumidores y haya una capacidad de respuesta oportuna y eficiente.
- La comunicación: El servicio y las condiciones comerciales son descritas de manera precisa y en términos fáciles de comprender por el consumidor. Específicamente se refiere a informar detalles en cuanto a las emisiones de facturas y/o remisiones, entrega de mercancía, periodos y/o fechas de pagos, etc. que soportarían la compra.
- La capacidad del personal: El personal posee las habilidades y conocimientos necesarios de los servicios y productos que ofrece la compañía para servir adecuadamente a los clientes.
- La cortesía y la amabilidad: El personal es cortés, amable, respetuoso y atento.

- La credibilidad: La empresa y sus empleados son confiables y quieren ayudar realmente a los clientes. (p.30).

Modelo SERVPERF:

El modelo SERVPERF deriva del modelo SERVQUAL y es planteado por los autores Cronin y Taylor (1992) quienes se basaron únicamente en las percepciones de los usuarios y manteniendo las preguntas originales del modelo predecesor. La ventaja principal de modelo es la rapidez de aplicación en los encuestados o entrevistados y que el trabajo de interpretación y análisis de los datos sea más rápido. Por otro lado la crítica surge al momento de no tener una aproximación a nivel de expectativas con las que cuentan las personas, dado que un servicio de calidad estandarizado puede parecerle bueno a un usuario, sin embargo para otro usuario le puede parecer regular.

Por último es preciso mencionar los estudios de los siguientes autores con respecto a la calidad del servicio:

Gutiérrez, Pérez y Vizcarra (2002) mencionan que son las actitudes, comportamientos y calificaciones de las personas que ofrecen el servicio quienes en cierta medida determinan la calidad del servicio. No obstante la calificación final solo proviene de los usuarios luego de haber recibido el servicio.

Para Lehtinen y Lehtinen (1982) la calidad del servicio se da en el mismo instante que se entrega el servicio, para lo cual sostienen que existen tres dimensiones de calidad: el primero “calidad física” en cual está referido por ejemplo a la infraestructura, instalaciones. El segundo “calidad corporativa” que involucra la imagen de la propia organización; y tercero la “calidad interactiva” resultante de la interacción del cliente o usuario con el personal que le brindó el servicio.

Albrecht (2005) citado por Valera (2012) sostiene que calidad de servicio vendría a ser el grado en que las dimensiones que acompañan la calidad del servicio satisfacen las necesidades de las personas, resuelven sus problemas o le brindan valor a quien lo adquiere.

Por otro lado Horovitz (1991) afirma que los clientes o usuario buscan un servicio cada vez mejor por sus actitudes son cambiantes a medida que va conociendo mejor el servicio ofrecido y mejora su calidad de vida. Inicialmente el cliente suele contentarse con el servicio adquirido y poco a poco sus exigencias en cuanto a calidad van aumentando.

Teniendo en consideración a los autores precedentes se deduce que en lo referente a “calidad del servicio” influyen en la valoración que se da al bien o servicio los dos elementos de expectativas de las personas y la percepción de los mismos. Es preciso también señalar que es el modelo SERVQUAL es uno de los más usados ya que como refieren las investigaciones se caracteriza por su adaptabilidad a distintos campos de estudio, asimismo adquiere la ventaja frente a otros modelos de estudio de recolección de opiniones sobre calidad del servicio en que este no solo se basa en la recolección de las opiniones con respecto a la calidad del servicio si no que estudia también las expectativas previas con las que las personas esperan que se satisfagan sus necesidades. Al respecto este último punto resulta importante porque no todas las personas tienen un mismo nivel de expectativas, es decir ante un mismo servicio las personas pueden valorar la calidad en distintos niveles, es decir que es muy probable que personas con expectativas muy altas demandaran una mayor calidad en el servicio en comparación a personas con menores expectativas quienes no serán tan exigentes al momento de valorar la calidad del servicio. Por ultimo en cuanto a las expectativas es preciso acotar, y como ya se mencionó anteriormente, que se ve influenciada por las experiencias previas de la persona, sus actitudes, creencias.

Servicios públicos de calidad:

La calidad de los servicios que ofrecen las instituciones del estado cumple un papel importante que va más allá de la satisfacción de las necesidades de sus usuarios, es decir involucra además el desarrollo social y económico del país. Siendo por ejemplo el caso de los usuario de comercio exterior (importadores, exportadores y otros) si estos realizan sus trámites ante una administración aduanera moderna que ofrece servicios de calidad promoverá en ellos y otros la satisfacción necesaria para seguir comercializando con el exterior lo cual a su vez redundará en el desarrollo económico del país. Por otro lado si estos usuarios se

enfrentaran ante una administración aduanera burocrática sin estándares de calidad mínimos generarían en los usuarios el desaliento ya que se verían afectados por la rigidez de los trámites y procesos, tiempos de atención largos entre otros.

Moyado (2002) en sus estudios sobre la Nueva Gestión Pública y calidad señala que:

La incorporación de la calidad en los servicios públicos representa una de las etapas de consolidación de la nueva gestión pública en la perspectiva gubernamental, por ello este proceso pasa antes por una serie de reformas de carácter macro que permiten concentrar el esfuerzo en la atención de demandas y asuntos públicos que incidirán en el fortalecimiento de la legitimidad de lo público. Sin ese paso previo la calidad se diluye y no trasciende los esfuerzos institucionales aislados. (p.6)

Montejano (2009) en sus estudios sobre la calidad en las administraciones públicas y como esto incide en la modernización de las mismas afirma que la calidad de los servicios públicos incrementa la eficacia y eficiencia en el trabajo a través de la mejora de los procesos internos de las instituciones. El autor menciona que la calidad en los procesos de las administraciones públicas promueve la mejora, corrección, la disciplina y orden, se optimizan recursos y vuelve a las instituciones eficaces y eficientes.

Altaba (2009) en sus estudios sobre la nueva gestión pública y gestión por competencias afirma que las administraciones públicas deben de reorientar el significado o esencia de los servicios ya que estos se deben a los ciudadanos quienes no reciben gratuitamente el servicio ya que pagan directa o indirectamente algún impuesto o prestación.

Asimismo el autor al referirse a la Calidad Total en la gestión menciona que esta incide a la reducción del déficit público ya que esta promueve la generación de estructuras y mecanismos de comunicación para los usuarios, añadiendo que implantar la Gestión de Calidad Total es pasar de una cultura burocrática a otra

de calidad mediante la modificación de los procesos internos, normativos y adecuación a nuevos valores institucionales.

Para Nalda (1992) citado en la tesis de Altaba (2009) los ciudadanos demandan cada vez más la eficiencia de la gestión, el buen manejo de los recursos públicos y la calidad de los servicios que brindan en su interactuar con las instituciones del estado.

Según la OCDE (1995) citado en la tesis de Altaba (2009) la calidad del servicio en las administraciones públicas se tiene que situar en los siguientes factores:

- Presiones derivadas de los recursos o del presupuesto. Presiones enfocadas a mejorar la calidad de los servicios que se contempla como una manera de reducir costos o de hacer más con menos;
- Un público más demandante que desea mejores servicios y mayor injerencia en qué servicios se proporcionan y cómo;
- Reconocer el hecho de que un sector público con mayor capacidad de respuesta y más eficiente mejorará substancialmente el rendimiento económico en forma global;
- Presiones para incrementar la legitimidad y transparencia de las acciones de gobierno a través de la especificación de los derechos de los ciudadanos a los servicios y de incrementar la igualdad de acceso a los mismos;
- Nuevas posibilidades tecnológicas para mejorar la calidad de los servicios
- Cambios en la teoría de la administración en el sector privado, que se contemplan como pertinentes o transferibles a la administración en el sector público. (p.168)

Drummond (1995) con respecto a la calidad de los servicios públicos, sostiene que estos se tienen que planificar, dirigirse y evaluar teniendo en consideración la satisfacción de los usuarios o ciudadanos quienes perciben que el servicio es de calidad cuando se siente bien atendido por la administración.

Muchas empresas privadas e instituciones públicas enfocan sus esfuerzos en lograr una certificación de calidad. En este contexto el ISO 9000 como menciona Vega (2001) la obtención de esta certificación promueve en las organizaciones un proceso de mejora continua y mejora la eficacia de la calidad, siendo esta certificación el primer sistema mundial siendo también el principal que hay.

1.3 Justificación

Las Administraciones Aduaneras constituyen uno de los pilares fundamentales en el desarrollo del comercio exterior, pues parten de estas las gestiones necesarias que garanticen que los flujos comercial del país al exterior y de manera inversa del exterior al país. El marco normativo por el que se rigen dichas administraciones tiene no solo que estar orientado a la simplificación y armonización de los procesos, sino que tienen que garantizar la aplicación del principio universal de facilitación del comercio exterior para lo cual un elemento importante a tener en cuenta es la calidad de los servicios que se brindan a los operadores de comercio exterior.

Como menciona Ivancevich (1996) en su libro: Gestión, calidad y competitividad, la competitividad nacional vendría a ser la medida en que un país está en la capacidad de producir bienes y servicios en un contexto de mercado libre. Además de superar e integrarse en los mercados internacionales generando a su vez la rentabilidad real de su población.

De lo anterior mencionado se puede entonces sustentar que la presente investigación es de gran importancia debido al contexto comercial creciente que vive el país y sus beneficios que de ello derivan. A esto último se debe tener presente de que no se encontraron antecedentes de estudios similares que permitan determinar la percepción que tiene los operadores de comercio exterior con respecto a la calidad del servicio que les brinda la Administración Aduanera a cargo de la SUNAT.

Es de conocimiento que el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez es el segundo medio por donde se realizan las mayores transacciones comerciales del país después de los puertos marítimos del Callao y el único terminal aéreo en la

capital para las operaciones comerciales internacionales. Es además el principal punto de ingreso de turistas nacionales al país y teniendo en consideración que el aeropuerto cuya concesión la tiene la empresa Lima Airport Partners – LAP en contrato con el estado peruano tiene previsto para los próximos años la ampliación del aeropuerto mediante la construcción de un segundo terminal de pasajeros y una segunda pista de aterrizaje. El nuevo contexto demandará nuevos desafíos y cambios donde la administración aduanera tiene que estar a la altura de los flujos comerciales y de pasajeros manteniendo estándares de calidad que permitan satisfacer las necesidades de quienes operan en el aeropuerto.

La importancia y justificación de la presente investigación radica también en el hecho que permitirá conocer el nivel de satisfacción de los operadores de comercio exterior con los servicios brindados por los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal del Callao, además permitirá deducir si la calidad del servicio es vista o entendida por los trabajadores como un aspecto de su cultura y forma de identificación con su institución.

Como se menciona en las teorías que respaldan la presente investigación, las administraciones públicas requieren de herramientas que permitan medir y evaluar la percepción de sus clientes en relación a los servicios que se les brinda. Si la calidad percibida por los operadores de comercio exterior es baja actuaría como una barrera comercial que va no solo en perjuicio de dichos operadores, sino también en perjuicio del propio país al restarle competitividad a nivel mundial.

Con la presente investigación se busca contribuir con el mejoramiento de la calidad en la prestación de servicios aduaneros, para lo cual se aportará información esencial a cerca de la calidad del servicio percibida por los usuarios de comercio exterior. De los resultados de la investigación saldrá el aporte a las políticas sobre gestión de calidad y sugerir los lineamientos estratégicos para promover la aplicación de servicios eficientes.

Por lo anterior expuesto, la presente investigación se sustenta tener un carácter práctico, ya que de los resultados de la misma saldrán las recomendaciones necesarias para mejorar los procesos actuales, promover el principio de facilitación de comercio exterior y fomentar el desarrollo del país.

1.4 Problema

Son numerosas las investigaciones que demuestran que los países con economías orientadas hacia una mayor libertad de comercio exterior tienden a crecer con mayor rapidez que los demás países con restricciones a la apertura del comercio mundial. Por lo tanto para que una economía pueda experimentar un crecimiento sostenido, debe estar abierta al comercio con el resto del mundo. Es además preciso indicar que en los últimos tiempos no se ha apreciado países que hayan mejorado sustancialmente su desarrollo y por ende el nivel de vida de sus habitantes sin que haya planteado reformas necesarias para la apertura de sus economías e insertarlas en un mundo cada vez más globalizado.

No obstante al párrafo anterior, se observa que los países que han logrado obtener ciertos beneficios producto de la liberación de sus economías y la inserción en el comercio mundial dependen en gran medida de la capacidad que tengan para producir bienes y servicios y aprovechar las oportunidades de que permitan su producción y posterior comercio. Sin embargo, en muchos casos las deficiencias de las administraciones públicas, el marco normativo existente, los presupuestos asignados, inestabilidades políticas, mala calidad del servicio, entre otros factores limitan la capacidad empresarial generando el desaliento en los usuarios que comercian con el exterior, restándole competitividad a los países.

Como muestra en su portal web el Foro Económico Mundial el Perú se ubica en el puesto 69 del ranking 2015 - 2016 de los países más competitivos y a nivel de Latinoamérica es superado por países como Chile, Panamá, Costa Rica, México y Colombia. Y comparando el ranking con años anteriores el país descendió 4 posiciones siendo los rubros más afectados: infraestructura, entorno macroeconómico, eficiencia del mercado laboral, eficiencia del mercado de bienes, tamaño de mercado, y satisfacción laboral.

Es de conocimiento que la opinión de la población con respecto al servicio que prestan las distintas entidades públicas del estado suele ser por lo general de deficiente y generando a su vez un alto nivel de insatisfacción. En este contexto la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria – SUNAT no es excluida de las opiniones públicas siendo en ocasiones vista como una institución

opresora y perseguidora de los pequeños contribuyentes y donde no se ejerce la misma presión con las grandes empresas que operan en el país.

La SUNAT a través de la Superintendencia Nacional Adjunta de Aduanas es la encargada de la administración aduanera en el Perú y como su propia ley lo indica se rigen por los principios de facilitación del comercio exterior, y la gestión de calidad acorde con el uso de estándares internacionales; en este sentido si estos dos principios no se cumplen generarían un entorno poco propicio para los usuarios de comercio exterior, entendiéndose como tal a los importadores, exportadores, agencias de aduanas, almacenes de aduanas entre otros, quienes estarían recibiendo un servicio deficiente generando en ellos aspectos negativos como costos elevados, tiempos de atención largos, trámites engorrosos, documentación solicitada innecesaria, infraestructura de atención inadecuada , así como sistemas informáticos desactualizados.

Si bien es cierto que en el Perú se han dictado normas que buscan la aplicación de mecanismos más eficaces que conduzcan a la facilitación del comercio exterior, mediante el fomento del desarrollo de infraestructuras adecuadas y de la inversión privada, y la búsqueda de la mejora de los servicios que ofrecen las administraciones públicas involucradas con el comercio exterior; no obstante todos los buenos esfuerzos indicados anteriormente pueden resultar poco fructíferos si no están acorde con la realidad nacional o si no se refleja en un compromiso e identificación por parte de los servidores públicos que brindan los servicios a los usuarios de comercio exterior.

Un servicio de calidad brindado por la administración aduanera del país debe basarse en la integración coherente y coordinada de los procesos, recursos y capital humano para solucionar los problemas y satisfacer las necesidades de los Operadores de Comercio Exterior. Asimismo resulta importante la mejora continua teniendo en cuenta el mundo globalizado y la inserción del país al comercio mundial dado por la apertura de nuevos mercados respaldados en la firma de tratados comerciales.

En un mundo donde el comercio mundial es uno de los factores esenciales para el desarrollo de los países resulta propicio que las administraciones

aduaneras de los países requieran de cambios significativos en forma cualitativa, donde se considere políticas apropiadas acordes a un mundo cada vez más globalizado y lograr los estándares de calidad requeridos para un óptimo desempeño.

Formulación del problema

Problema General

¿Cuál es el nivel de calidad percibida por los Operadores de Comercio Exterior frente a los servicios que ofrece la Aduana Aérea y Postal del Callao?

Problemas Específicos

¿Cuál es el nivel de calidad de servicio percibida por los Operadores de Comercio Exterior frente a los elementos tangibles brindados en la Aduana Aérea y Postal del Callao?

¿Cuál es el nivel de calidad percibida por los Operadores de Comercio Exterior frente a la fiabilidad en los servicios brindados en la Aduana Aérea y Postal del Callao?

¿Cuál es el nivel de calidad percibida por los Operadores de Comercio Exterior frente a la capacidad de respuesta en los servicios brindados en la Aduana Aérea y Postal del Callao?

¿Cuál es el nivel de calidad percibida por los Operadores de Comercio Exterior frente a la seguridad en los servicios brindados en la Aduana Aérea y Postal del Callao?

¿Cuál es el nivel de calidad percibida por los Operadores de Comercio Exterior frente a la empatía en los servicios brindados en la Aduana Aérea y Postal del Callao?

1.5 Objetivos

Objetivo General

Determinar el nivel de calidad percibida por los Operadores de Comercio Exterior frente a los servicios que ofrece la Aduana Aérea y Postal del Callao.

Objetivos Específicos

Determinar el nivel de calidad de servicio percibida por los Operadores de Comercio Exterior frente a los elementos tangibles brindados en la Aduana Aérea y Postal del Callao.

Determinar el nivel de calidad percibida por los Operadores de Comercio Exterior frente a la fiabilidad en los servicios brindados en la Aduana Aérea y Postal del Callao.

Determinar el nivel de calidad percibida por los Operadores de Comercio Exterior frente a la capacidad de respuesta en los servicios brindados en la Aduana Aérea y Postal del Callao.

Determinar el nivel de calidad percibida por los Operadores de Comercio Exterior frente a la seguridad en los servicios brindados en la Aduana Aérea y Postal del Callao.

Determinar el nivel de calidad percibida por los Operadores de Comercio Exterior frente a la empatía en los servicios brindados en la Aduana Aérea y Postal del Callao.

1.6 Marco Conceptual

Calidad de servicio: “Es la diferencia entre las expectativas de los clientes sobre el servicio que van a recibir y sus percepciones sobre el servicio efectivamente brindado por la organización” (Vela y Zavaleta, 2014, p.24).

Calidad Total: “Filosofía empresarial y cultura organizacional concentrada en satisfacer deleitar con un producto cero errores y cero defectos” (Arrué, 2014, p.10).

Excelencia: “Superior calidad o bondad, eminente grado de perfeccionamiento de una cosa” (Arrué, 2014, p.10).

Satisfacción del usuario: “Es el resultado de entregar un bien o un servicio que cumple con las necesidades y expectativas del cliente, definidas o implícitas” (Arrué, 2014, p.10).

Comercio exterior: Lafuente (2000) citado por Trejo (2013) lo define como “el conjunto de relaciones de intercambio de bienes y servicios comerciales de un país con socios extranjeros mediante ventas o compras que originan créditos y obligaciones en divisas, que implican obligatoriedad jurídica nacional e internacional” (p.3).

Administración Aduanera: Pilco (2008) en su tesis Gestión Aduanera en el Puerto del Callao la define como:

Entidad oficial que en virtud de la ley y en ejercicio de sus funciones tiene la facultad para exigir o controlar el cumplimiento de las normas aduaneras y de la recaudación de los derechos e impuestos; también tiene la responsabilidad en la aplicación de otras leyes y reglamentos relativos a la importación, exportación, circulación o depósito de mercancías. (p.21)

Facilitación del comercio exterior: Según Pilco (2008) en su marco conceptual lo define como:

La Supresión progresiva de obstáculos al movimiento transfronterizo de mercancías, acompañado de acciones, iniciativas y políticas que permiten reducir los costos de colocar la oferta exportable en los mercados globales y/o reducir el costo de ingreso de mercancías a nuestro mercado. (p.22)

Gestión Aduanera: En el marco conceptual de la investigación de Pilco (2008) lo define como el:

Conjunto de procesos que se ejecutan para realizar operaciones comerciales (importación y exportación) donde interactúan importadores, exportadores, agentes de aduanas, consignatarios, etc.; para lograr un despacho más rápido y ágil de la mercancía que fluye por la Aduana, evitando tiempos de espera innecesarios, para alcanzar intercambio de documentos e información eficaz y un mayor control de la mercancía. (p.22)

Operador de comercio exterior: Pilco (2008) recoge la definición del D. Leg. 1053 – Ley General de Aduanas del Perú:

Son operadores de comercio exterior los despachadores de aduana, transportistas o sus representantes, agentes de carga internacional,

almacenes aduaneros, empresas del servicio postal, empresas de servicio de entrega rápida, almacenes libres (Duty Free), beneficiarios de material de uso aeronáutico, dueños, consignatarios y en general cualquier persona natural o jurídica interviniente o beneficiaria, por sí o por otro, en los regímenes aduaneros previstos en el presente Decreto Legislativo sin excepción alguna.
(p.24)

II. Marco metodológico

2.1 Variable

La variable en estudio de la presente investigación es la “Calidad del servicio”.

Definición conceptual

Según Parasuranman, Zeithaml, & Berry (1994) definen la Calidad del servicio como “la amplitud de la discrepancia o diferencia que existe entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones” (p.21).

Definición operacional de la variable

Operacionalmente la variable Calidad del servicio se define mediante la suma e integración de las dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, y empatía.

2.2 Operacionalización de la variable

Tabla 1

Operacionalización de la variable: Calidad del servicio

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala	Niveles
Elementos tangibles	Equipos de apariencia moderna. Instalaciones visualmente atractivas.	1 - 4	Escala de Likert	
	Empleados con apariencia pulcra. Elementos materiales atractivo.			
Fiabilidad	Cumplen lo prometido. Sincero interés por resolver problemas.	5 - 9	1. Demasiado bajo 2. Muy bajo	Bajo (-6, -5, -4, -3, -2, -1)
	Realizan bien el servicio la primera vez. Concluyen el servicio en el tiempo prometido.			
	No comenten errores.			
Capacidad de respuesta	Comunican cuando concluirán el servicio. Los empleados ofrecen un servicio rápido.	10 - 13	3. Bajo 4. Medio 5. Alto 6. Muy alto	Medio (0) Alto (1, 2, 3, 4, 5, 6)
	Empleados siempre están dispuestos a ayudar.			
	Empleados nunca demasiado ocupados.			

	Comportamiento confiable de los empleados.		7. Demasiado alto
Seguridad	Los usuarios se sienten seguros. Los empleados son amables.	14 - 17	
	Empleados con conocimientos suficientes.		
	Ofrecen atención individualizada. Horarios de trabajo convenientes.		
Empatía	Tienen empleados que ofrecen atención personalizada. Se preocupan por los usuarios.	18 - 22	
	Comprenden las necesidades de los usuarios.		

Fuente: Elaboración propia.

2.3 Metodología

El tipo de investigación es básico, el cual es llamada también investigación pura o investigación fundamental ya que permite o contribuye en la ampliación del conocimiento científico en base a sus variables y sus dimensiones, promoviendo la creación de nuevas teorías o también buscando la modificación de las teorías actuales.

2.4 Tipo de estudio

Como menciona Balestrini (2002) citado por Barco (2010) con respecto al tipo de estudio será determinado teniendo en cuenta los objetivos de la investigación y por consiguiente se establecerá un esquema específico de investigación. En relación a lo anterior dicho y como ya se mencionó en el párrafo anterior el tipo de investigación es básico.

Por otro lado Herndandez (2010) menciona que “los estudios de carácter descriptivo buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis” (p.60).

Teniendo en consideración el anterior párrafo queda determinada la presente investigación de carácter o nivel descriptivo por cuanto se busca describir las expectativas y percepciones de los operadores de comercio exterior con respecto a la calidad del servicio que les brinda la Administración Aduanera.

2.5 Diseño

El presente estudio es de tipo no experimental y de corte transversal pues se realizará en un solo momento y de carácter cuantitativo.

2.6 Población, muestra y muestreo

La población está constituida por los Operadores de Comercio Exterior quienes acuden a las instalaciones de la Intendencia Aduana Aérea y Postal del Callao a realizar los trámites o cumplimiento de las formalidades aduaneras concernientes al ingreso, salida y tránsito de mercancías nacionales o extranjeras del exterior al país y viceversa.

Son Operadores de Comercio Exterior de acuerdo al Decreto Legislativo N° 1053 – Ley General de Aduanas:

1. Despachadores de Aduanas:
 - a. Dueños consignatarios o consignantes
 - b. Despachadores oficiales
 - c. Agentes de Aduana
2. Transportistas o sus representantes
3. Agentes de carga internacional
4. Almacenes aduaneros
5. Empresas de servicio postal
6. Empresas de servicio de entrega rápida
7. Almacenes libres (Duty Free)
8. Beneficiarios de material de uso aeronáutico

La muestra está constituida por aquellos Operadores de Comercio Exterior que acudieron a la Intendencia Aduana Aérea y Postal del Callao durante 01 semana del mes de julio del 2016.

Dado los distintos tipos de Operadores de Comercio Exterior y que cada uno tiene particularidades en cuanto a tamaño de su población, y que en algunos

casos es finita y en algunos otros casos no, es que se optó por el muestreo no probabilístico de conveniencia.

La muestra representativa ha sido determinada por separado para cada tipo de usuario u operador teniendo en consideración sus particularidades:

a. Despachadores de Aduanas: Compuesto como se dijo anteriormente por tres sub-tipos:

1. Dueños consignatarios o consignantes (en este grupo están los importadores y exportadores) en cuyo caso no es posible determinar la población exacta dado que la Sunat no cuenta con un registro exacto de la población porque la naturaleza de los actos de las personas que integran este grupo lo dificultan, por ejemplo: Una persona exporta una vez y sucede que nunca más lo vuelva a hacer, o que la empresa exporte un número de veces y luego con el tiempo la empresa cambie de nombre y RUC o simplemente se extinga, sumado a esto, no se tiene el conocimiento de la fecha exacta en que este tipo de operador realizará sus actividades ante la aduana.
2. Despachadores oficiales: en un número 45 entidades registradas y habilitadas según figura en el portal web de la SUNAT.
3. Agentes de aduana: en un número de 320 empresas privadas registradas y habilitadas según figura en el portal web de la SUNAT.

b. Transportistas o sus representantes: de acuerdo al ingreso y salida de empresas de transporte aéreo en el manifiesto de carga el cual es visible en el portal web de la SUNAT durante el periodo de un mes se registró 35 empresas.

c. Agentes de carga internacional: en un número de 468 empresas privadas registradas y habilitadas según figura en el portal web de la SUNAT.

d. Almacenes aduaneros: en un número de 70 almacenes privados registrados y habilitados según figura en el portal web de la SUNAT.

- e. **Empresas de servicio postal:** En el Perú la empresa privada que tiene la concesión para brindar los servicios postales es Serpost S.A. la cual se encuentra habilitada tanto por SUNAT y por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones.
- f. **Empresas de servicio de entrega rápida:** en un número de 63 empresas privadas registradas y habilitadas según figura en el portal web de la SUNAT.
- g. **Almacenes libres (Duty Free):** en un número aproximado de 10 empresas de acuerdo al portal de Lima Airport Partner – LAP.
- h. **Beneficiarios de material de uso aeronáutico:** el número de empresas beneficiarias está relacionado con la cantidad empresas transportistas por lo que su número podría ser el mismo de 35.

Si bien se tienen las estimaciones de población para cada uno de las empresas y personas que conforman los Operadores de Comercio Exterior, se tuvo conocimiento de que en la realidad no todas las empresas habilitadas tienen actividad o tienen poca actividad en sus operaciones, es decir que las operaciones aduaneras se concentran en pocas empresas que cubren la mayor parte del mercado. En este sentido cobra importancia el uso del muestreo no probabilístico de conveniencia ya que se tomó en cuenta la proporción de cada tipo de operadores que se apersonaron a la Intendencia Aduana Aérea y Postal a realizar los trámites aduaneros una semana antes a la semana de recolección de datos, planteándose la siguiente muestra:

Tabla 2

Muestra

Operador de Comercio Exterior	Cantidad
Despachador de Aduana	80
Transportista o sus representantes	10
Agentes de carga internacional	10
Almacenes aduaneros	6
Empresa de servicio postal	1
Empresa de servicio de entrega rápida	5

Almacenes libres (Duty Free)	3
<u>Beneficiarios de material de uso aeronáutico</u>	<u>5</u>
<u>Total:</u>	<u>120</u>

Fuente: Elaboración propia.

2.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Uso de cuestionario basado en la Teoría SERVQUAL el cual consta de 22 preguntas adaptadas al ámbito de la administración pública aduanera (prestadores de servicios) y los operadores de comercio exterior (receptores de servicio) y que está distribuido en cinco dimensiones (elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, y empatía) sobre las expectativas y percepciones de los Operadores de Comercio Exterior. Cabe reiterar que de la calidad del servicio está determinada por la diferencia entre expectativas y percepciones.

Al respecto del cuestionario SERVQUAL son numerosos los estudiosos que la han considerado en sus investigaciones por su confiabilidad y adaptación a distintos ámbitos de estudio.

En relación a lo anterior Ninamango (2014) menciona que el cuestionario SERVQUAL se caracteriza por su validez y confiabilidad para medir la calidad del servicio resaltando además su adaptación.

Por otro lado Garcia (2012) en su investigación descriptiva aplicó el cuestionario SERVQUAL para establecer la calidad del servicio en el ámbito del turismo en el restaurante de un hotel en España concluye que el cuestionario es una herramienta útil para medir la calidad de los servicios, permitiendo además conseguir diagnóstico situacional de la empresa en relación a la satisfacción que las personas tienen con los servicios que reciben.

Ficha técnica:

Nombre: Cuestionario de Calidad del servicio brindado a los Operadores de Comercio Exterior en la Aduana Aérea y Postal del Callao.

- Autor: Lic. Jeffer Luna Calderón
- Año: 2016 durante los meses de julio y agosto
- Objetivo: Medir las expectativas y percepciones de los Operadores de Comercio Exterior en la Aduana Aérea y Postal a fin determinar el nivel de calidad del servicio brindado.
- Descripción: El cuestionario está compuesto por 22 preguntas dividido en cinco dimensiones: Elemento tangibles (4 ítems), Fiabilidad (5 ítems), Capacidad de respuesta (4 ítems), Seguridad (4 ítems), y Empatía (5 ítems); con una escala de valores de Likert de siete puntos: 1. Demasiado malo, 2. Muy malo, 3. Malo, 4. Regular, 5. Bueno, 6. Muy bueno, 7. Demasiado bueno.
- Administración: Individual.
- Tiempo: 15 minutos aproximadamente.

Validación

Para la validez de los instrumentos se tuvo en cuenta a tres expertos en el tema quienes dieron como resultado positivo la viabilidad del cuestionario a aplicar:

Tabla 3

Relación de validadores

Validador	Resultado
Dra. Yolanda Felicitas Soria Pérez	Aplicable
Dr. Noel Alcas Zapata	Aplicable
Mgr. Christian David Corrales Otazú	Aplicable

Fuente: Obtenido de los certificados de validez del instrumento.

Asimismo se menciona a continuación los siguientes investigadores que recurrieron en sus investigaciones al cuestionario del Modelo SERVQUAL validado y aprobado por sus respectivos jurados y docentes. Las investigaciones cuentan con aproximación al tema del cual es estudio la presente investigación:

Morales y Bastida (2008) en su investigación de tipo descriptiva de nombre: “La calidad del servicio a los usuarios del servicio de Administración Tributaria en Yucatán” y que tuvo como objetivos medir las expectativas y percepciones de los usuarios y/o contribuyentes del Sistema de Administración Tributaria - SAT (en el Perú su equivalente es la SUNAT), aplicaron el cuestionario SERVQUAL adaptándolo al ámbito tributario aduanero de la administración pública.

EXPECTATIVAS						PERCEPCIONES					
Preguntas	FD	D	M	A	FA	Preguntas	CD	D	M	A	CA
1. El Módulo de Atención del SAT, debería tener equipos modernos.	1	2	3	4	5	1. Los equipos del Módulo de Atención del SAT, tienen una apariencia moderna.	1	2	3	4	5
2. El Módulo de Atención del SAT, debería tener instalaciones físicas visualmente atractivas	1	2	3	4	5	2. Las instalaciones del Módulo de Atención del SAT, son visualmente atractivas.	1	2	3	4	5
3. Los Receptores de Trámites y los Asesores Fiscales del Módulo de Atención del SAT deberían tener una apariencia limpia y agradable.	1	2	3	4	5	3. Los Receptores de Trámites y los Asesores Fiscales del Módulo de Atención del SAT tienen una apariencia limpia y agradable.	1	2	3	4	5
4. Los elementos materiales relacionados con los servicios que ofrece el Módulo de Atención del SAT (Folletos, trípticos, Instructivos de llenado, etc.) deberían ser visualmente atractivos	1	2	3	4	5	4. Los elementos materiales relacionados con los servicios que ofrece el Módulo de Atención del SAT (Folletos, trípticos, Instructivos de llenado, etc.) son visualmente atractivos	1	2	3	4	5
5. Cuando se promete algo, se debería cumplir.	1	2	3	4	5	5. Cuando se promete algo en cierto tiempo lo cumple.	1	2	3	4	5
6. Cuando un contribuyente tiene un problema, el Módulo personal del Módulo del SAT, debería mostrar un sincero interés por solucionarlo.	1	2	3	4	5	6. Cuando un contribuyente tiene un problema, el Módulo personal del Módulo del SAT, muestra un sincero interés por solucionarlo.	1	2	3	4	5
7. Se deberían realizar bien los servicios desde la primera vez.	1	2	3	4	5	7. Realiza bien los servicios desde la primera vez.	1	2	3	4	5
8. Se debería concluir el servicio en el tiempo prometido.	1	2	3	4	5	8. Se concluye el servicio en el tiempo prometido.	1	2	3	4	5
9. Se deberían mantener registros exentos de errores.	1	2	3	4	5	9. Se insiste en mantener registros exentos de errores.	1	2	3	4	5
10. El personal del Módulo de Atención del SAT, debería comunicar al contribuyente cuándo concluirá el servicio solicitado.	1	2	3	4	5	10. El personal del Módulo de Atención del SAT, comunica al contribuyente cuándo concluirá el servicio solicitado.	1	2	3	4	5
11. El personal del Módulo de Atención del SAT, debería ofrecer un servicio rápido al contribuyente.	1	2	3	4	5	11. El personal del Módulo de Atención del SAT, ofrece un servicio rápido al contribuyente.	1	2	3	4	5
12. El personal del Módulo de Atención del SAT, debería estar siempre dispuesto a ayudar al contribuyente.	1	2	3	4	5	12. El personal del Módulo de Atención del SAT, está siempre dispuesto a ayudar al contribuyente.	1	2	3	4	5
13. El personal del Módulo de Atención del SAT, debería estar siempre dispuestos a ayudar al contribuyente.	1	2	3	4	5	13. El personal del Módulo de Atención del SAT, está siempre dispuestos a ayudar al contribuyente.	1	2	3	4	5
14. El comportamiento del personal del Módulo de Atención del SAT, debería transmitir confianza al contribuyente.	1	2	3	4	5	14. El comportamiento del personal del Módulo de Atención del SAT, transmite confianza al contribuyente.	1	2	3	4	5
15. El contribuyente debería sentirse seguro de los trámites que realiza en el SAT.	1	2	3	4	5	15. El contribuyente se siente seguro de que los trámites que le pide el SAT, son necesarios.	1	2	3	4	5
16. El personal del Módulo de Atención del SAT, debería ser siempre amable.	1	2	3	4	5	16. El personal del Módulo de Atención del SAT, es siempre amable.	1	2	3	4	5
17. El personal del Módulo de Atención del SAT, debería tener conocimientos suficientes para responder las preguntas del contribuyente.	1	2	3	4	5	17. El personal del Módulo de Atención del SAT, tiene conocimientos suficientes para responder las preguntas del contribuyente.	1	2	3	4	5
18. Se debería dar al contribuyente una atención personalizada.	1	2	3	4	5	18. El contribuyente recibe una atención personalizada.	1	2	3	4	5
19. Se deberían tener horarios de trabajo convenientes para el contribuyente.	1	2	3	4	5	19. El Módulo de Atención tiene horarios de trabajo convenientes para el contribuyente.	1	2	3	4	5
20. El Módulo de Atención del SAT, debería tener personal que ofrezca una atención personalizada al contribuyente.	1	2	3	4	5	20. El Módulo de Atención del SAT, tiene personal que ofrezca una atención personalizada al contribuyente.	1	2	3	4	5
21. El personal del Módulo de Atención del SAT, se debería preocupar por los intereses del contribuyente.	1	2	3	4	5	21. El personal del Módulo de Atención del SAT, se preocupa por los intereses del contribuyente.	1	2	3	4	5
22. El personal del Módulo de Atención del SAT, debería comprender las necesidades específicas del contribuyente.	1	2	3	4	5	22. El personal del Módulo de Atención del SAT, comprende las necesidades específicas del contribuyente.	1	2	3	4	5

Figura 1. Cuestionario SERVQUAL, diferencia entre expectativas y percepciones de Morales y Bastida (2008).

Una segunda investigación a citar sobre la calidad de atención a los usuarios de la administración pública es la realizada por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales – DIAN (su equivalente a la SUNAT en el Perú que también se encarga de ámbito tributario y aduanero) en el año 2011 y recuperado de http://www.dian.gov.co/descargas/Cultura_Servicio/Modelo_de_Excelencia_en_el_Servicio.pdf. De los resultados de la investigación sobre la calidad del servicio brindada a los usuarios de la DIAN en Colombia permitió que la institución proponga los lineamientos necesarios para mejorar la calidad del servicio y lo denominaron el Modelo de Excelencia en el Servicio. La DIAN adaptó y aplicó en

cuestionario SERVQUAL al hacer referencia a la importancia de diferenciar las expectativas y percepciones de sus usuarios.

EXPECTATIVAS	PERCEPCIONES
CARACTERÍSTICA	CARACTERÍSTICA
1. Los equipos de las empresas del Estado siempre tienen que ser modernos y bien conservados.	1. La Dian tiene equipos de apariencia moderna
2. Las instalaciones físicas de las empresas de Estado deben lucir atractivas y confortables	2. Las instalaciones físicas de la DIAN son visualmente atractivas
3. Los empleados de las empresas del Estado deben tener buena apariencia	3. Los funcionarios de la DIAN tienen buena presentación
4. Los materiales asociados con el servicio (folletos, plegables, instructivos, etc.) deben ser atractivos en las empresas del Estado	4. Los materiales de la DIAN asociados con el servicio (folletos, plegables, instructivos etc.) son visualmente atractivos.
5. Cuando las empresas del Estado prometan hacer algo en un cierto tiempo, deben cumplirlo.	5. Cuando la Dian promete hacer algo en cierto tiempo lo hace.
6. Cuando un ciudadano/cliente tenga un problema, las empresas del estado mostrarán un interés sincero en resolverlo	6. Cuando el ciudadano/cliente tiene un problema, la DIAN muestra un sincero interés por solucionarlo
7. Las empresas del Estado realizarán el servicio correcto, desde la primera vez.	7. La DIAN realiza bien el servicio, desde la primera vez.
8. Las empresas del Estado proveen sus servicios en el tiempo que ellas prometieron hacerlo.	8. La Dian concluye el servicio en el tiempo prometido
9. Las empresas del Estado insisten en llevar sus registros y documentos libres de errores	9. La Dian insiste en mantener registros exentos de errores.
10. Los empleados de las empresas del Estado informarán exactamente a los ciudadanos / clientes cuando concluirá la prestación del servicio	10. Los funcionarios comunican a los ciudadanos / clientes cuando concluirá la prestación del servicio
11. Los empleados de las empresas del Estado ofrecerán un servicio rápido a los ciudadanos/ clientes.	11. Los funcionarios de la DIAN ofrecen un servicio rápido a los ciudadanos/ clientes.
12. Los empleados de las empresas del Estado siempre están dispuestos a ayudar a los ciudadanos / clientes	12. Los funcionarios de la Dian siempre están dispuestos a ayudar a los ciudadanos / clientes
13. Los empleados de las empresas del Estados nunca deben estar tan ocupados como para no atender a un ciudadano / cliente	13. Los funcionarios de la Dian nunca están demasiados ocupados para responder las preguntas de los ciudadanos / clientes
14. El comportamiento de los empleados de las empresas del Estado debe inspirar confianza.	14. El comportamiento de los funcionarios de la Dian, transmite confianza a los ciudadanos - clientes
15. Los ciudadanos / clientes deben sentirse seguros en sus negociaciones con las empresas del Estado	15. Los ciudadanos - clientes se sienten seguros en sus transacciones con la Dian
16. Los empleados de las empresas del Estado serán consistentemente amables con los ciudadanos / clientes.	16. Los funcionarios de la DIAN son siempre amables con los ciudadanos - clientes.
17. Los empleados de las empresas del Estado deberán estar capacitados para responder a las preguntas de los ciudadanos/clientes.	17. Los funcionarios tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los ciudadanos - clientes
18. Las empresas del Estado deberán dar a sus ciudadanos/clientes atención individualizada.	18. La Dian proporciona a los ciudadanos - clientes atención individualizada.
19. Las empresas del Estado deberán tener horarios convenientes para todos sus ciudadanos / clientes	19. La Dian tiene horarios de trabajo convenientes para todos los ciudadanos - clientes
20. Las empresas del Estado deben tener empleados que den a los ciudadanos/clientes atención personalizada.	20. La Dian tiene funcionarios que ofrecen una atención personalizada a los ciudadanos - clientes
21. Las empresas del Estado excelentes se preocuparán por cuidar los intereses de sus ciudadanos / clientes	21. La Dian se preocupa por conocer los intereses de sus ciudadanos - clientes
22. Los empleados de las empresas del Estado deberán entender las necesidades específicas de sus ciudadanos / clientes	22. La Dian comprende las necesidades específicas de los ciudadanos - clientes

Figura 2. Cuestionario SERVQUAL, diferencia entre expectativas y percepciones de la DIAN (2011), recuperado de http://www.dian.gov.co/descargas/Cultura_Servicio/Modelo_de_Excelencia_en_el_Servicio.pdf

Rango de valores de las variables

El rango de valores de las variables del presente estudio se muestra en la Tabla 4

Tabla 4

Rango de escala y valores de las variables

Variables	Nivel	Valor	Escala
Expectativas de los Operadores de Comercio Exterior	Bajo	Demasiado malo	1
		Muy malo	2
Comercio Exterior	Medio	Malo	3
		Regular	4
		Bueno	5

	Alto	Muy bueno	6
		Demasiado bueno	7
		Demasiado malo	1
Percepciones de los Operadores de Comercio Exterior	Bajo	Muy malo	2
		Malo	3
	Medio	Regular	4
		Bueno	5
	Alto	Muy bueno	6
		Demasiado bueno	7
Calidad del servicio	Bajo	Valor negativo	-6, -5, -4, -3, -2, -1
	Medio	Valor medio	0
	Alto	Valor positivo	1, 2, 3, 4, 5, 6

Fuente: Elaboración propia

Confiabilidad

La confiabilidad del instrumento para la medición de la calidad del servicio se determinó con la escala de alfa de Cronbach en una prueba piloto de 20 usuarios del servicio de aduanas los cuales fueron aplicados mediante entrevista a fin de determinar la comprensión en los entrevistados y la escala apropiada, dando una confiabilidad buena de 0.86 al promediar las distintas variables.

Tabla 5

Confiabilidad - Alfa de Cronbach

Instrumentos	Alfa de Cronbach	N° Ítems
Expectativas de los Operadores de Comercio Exterior	0.861	20
Percepciones de los Operadores de Comercio Exterior	0.881	20
Promedio de Expectativas y Percepciones	0.871	

Fuente: Datos obtenidos de la prueba piloto aplicada a 20 encuestados.

2.8 Métodos de análisis de datos.

Luego de aplicado el cuestionario a los Operadores de Comercio Exterior se procedió a tabular los resultados para posteriormente continuar con la elaboración de tablas y gráficos estadísticos que permitieron en análisis de los mismos con sus respectivas interpretaciones para cada una de las variables aplicadas. Para el presente estudio se utilizó el software Excel y SPSS en su versión 22.

Para el análisis e interpretación de datos se tuvo en cuenta que:

Calidad del Servicio = Percepciones – Expectativas

Además, de la formula anterior se pueden obtener tres posibles resultados:

1. Expectativas > Percepciones = Bajo nivel de calidad del servicio
2. Expectativas < Percepciones = Alto nivel de calidad del servicio
3. Expectativas = Percepciones = Regular o modesto nivel de calidad del servicio

Y basándose en la teoría SERVQUAL sobre el resultado de los valores se podrían relacionar a lo anterior lo siguiente:

1. Valor Negativo: Expectativas mayores a percepciones y por lo tanto la calidad del servicio no ha sido alcanzada en su totalidad (Expectativa insatisfecha).
2. Valor Positivo: Percepciones mayores a las expectativas y por lo tanto la calidad del servicio puede interpretarse como excelente o alcanzada en su totalidad (Expectativa superada).
3. Valor Cero: Expectativas iguales a las percepciones y por lo tanto la calidad del servicio es aceptable (Expectativa satisfecha).

III. Resultados

Resultados

Teniendo en cuenta el modelo SERVQUAL el cual indica que la calidad del servicio está determinada por diferencia entre percepciones y expectativas se presenta a continuación los siguientes resultados obtenidos del cuestionario aplicado a los Operadores de Comercio Exterior:

Tabla 6

Percepciones y Expectativas de los Operadores de Comercio Exterior

Percepciones	4.02
Expectativas	5.23
Calidad del servicio	-1.21

Fuente: Encuesta aplicada a los Operadores de Comercio Exterior.

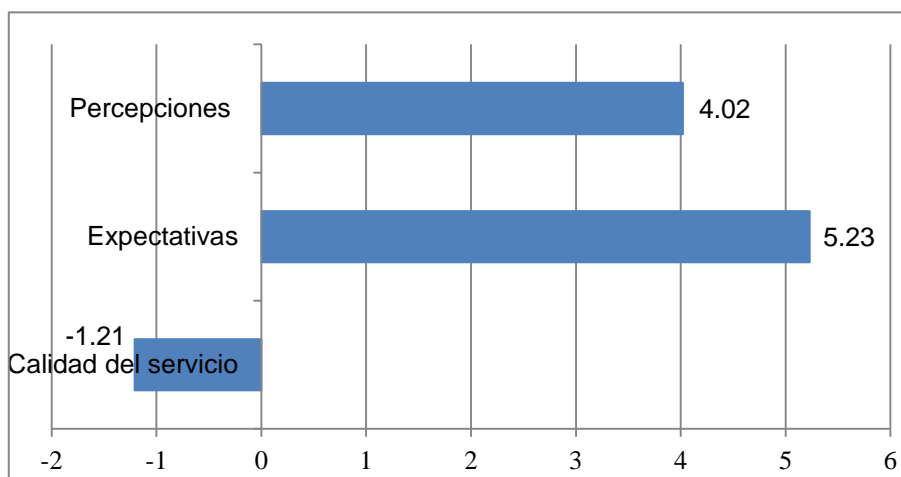


Figura 3. Resultado de la calidad del servicio al restar percepciones y expectativas.

La Tabla 6 y la Figura 3 muestran los resultados del cuestionario para cada uno de los factores, donde en general las “Expectativas” de los Operadores de Comercio Exterior son superiores a las “Percepciones” obteniéndose valores de 5.3 y 4.2 respectivamente. De la resta de los dos factores antes mencionados (Percepciones - Expectativas) se obtuvo la calidad de servicio ofrecida a los operadores teniendo un resultado negativo de -1.21, determinándose en general el bajo nivel de calidad del servicio dado en la Intendencia Aduana Aérea y Postal

del Callao en donde las Expectativas de los usuarios no han sido del todo satisfechas.

Tabla 7
Valores promedio por dimensiones

	Percepciones	Expectativas	Valor
Elementos Tangibles	4.88	3.41	1.46
Fiabilidad	3.93	5.40	-1.47
Capacidad de respuesta	3.91	6.03	-2.12
Seguridad	3.83	5.11	-1.28
Empatía	3.55	6.19	-2.64
Promedio total	4.02	5.23	-1.21

Fuente: Encuesta aplicada a los Operadores de Comercio Exterior.

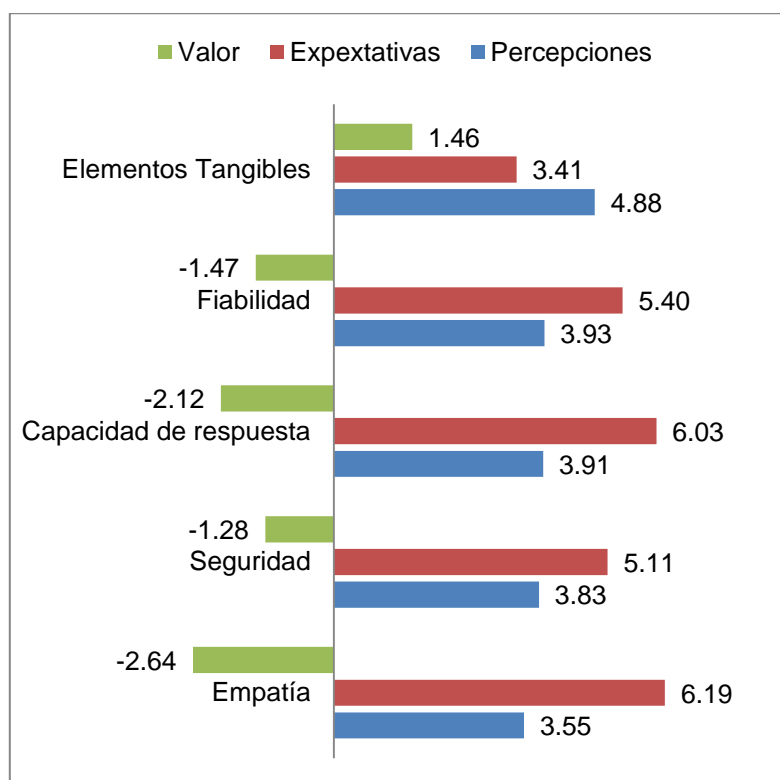


Figura 4. Resultado de la calidad del servicio al restar percepciones y expectativas por cada dimensión.

La Tabla 7 y Figura 4 detallan los valores obtenidos para cada una de las cinco dimensiones donde lo más resaltante es apreciar que los resultados obtenidos en la dimensión Elementos Tangibles es la única de las dimensiones donde las Percepciones ha superado a las Expectativas a tener un resultado positivo de 1.46 lo cual significa calidad del servicio con nivel alto y por lo tanto la satisfacción de los Operadores de Comercio Exterior en lo referente a aspectos como son la infraestructura, presencia personal de los servidores públicos o los elementos materiales usados o dados en la Intendencia Aduana Aérea y Postal.

No obstante a lo anterior se aprecia los resultados negativos para las dimensiones de Fiabilidad -1.47, Capacidad de respuesta -2.12, Seguridad -1.28, y Empatía -2.64; siendo esta última dimensión la que tiene el mayor puntaje negativo.

Tabla 8

Nivel de calidad global por ítems

Dimensión	N°	Puntaje	Media
Elementos tangibles	Ítem 01	189	1.58
	Ítem 02	195	1.63
	Ítem 03	192	1.60
	Ítem 04	126	1.05
Fiabilidad	Ítem 05	-192	-1.60
	Ítem 06	-131	-1.09
	Ítem 07	-145	-1.21
	Ítem 08	-193	-1.61
	Ítem 09	-218	-1.82
Capacidad de respuesta	Ítem 10	-172	-1.43
	Ítem 11	-293	-2.44
	Ítem 12	-264	-2.20
Seguridad	Ítem 13	-287	-2.39
	Ítem 14	-51	-0.43
	Ítem 15	-247	-2.06
	Ítem 16	-153	-1.28
Empatía	Ítem 17	-165	-1.38
	Ítem 18	-311	-2.59
	Ítem 19	-259	-2.16
	Ítem 20	-322	-2.68
	Ítem 21	-336	-2.80
	Ítem 22	-354	-2.95

Fuente: Encuesta aplicada a los Operadores de Comercio Exterior.

Los puntajes y valores obtenidos para cada uno de los ítems del cuestionario de acuerdo a las cinco dimensiones son mostrados en la Tabla 8 donde se aprecia que los ítems como mayor valor, es decir Expectativa superada con un nivel alto son los ítems 2 y 3 de la dimensión Elementos Tangibles con valores de 1.63 y 1.60 respectivamente. Dichos valores corresponden a instalaciones físicas visualmente atractivas y cómodas, y la apariencia pulcra de los servidores públicos de la mencionada Intendencia.

Por otro lado se observa que los valores negativos más altos están en la dimensión de Empatía con -2.80 para el ítem 21 y -2.95 para el ítem 22 relacionados a la preocupación que muestran los servidores públicos con los intereses de los operadores, y a la comprensión de las necesidades específicas de los operadores por parte de dichos servidores.

Por último, es preciso mencionar que si bien no hubo valor medio igual a cero o interpretado como Expectativa Satisfecha en los 22 ítems, el más cercano a dicho valor va para el ítem 14 con 0.43 de la dimensión de Seguridad; es decir que los servidores públicos de la Intendencia mostraron cierto grado de confianza a los Operadores de Comercio Exterior.

Tabla 9

Calidad del servicio de acuerdo a valores otorgados por los Operadores de Comercio Exterior

	Percepciones (Frecuencia)	Porcentaje %	Expectativas (Frecuencia)	Porcentaje %
1. Demasiado bajo	5	0.19	33	1.25
2. Muy bajo	201	7.61	141	5.34
3. Bajo	702	26.59	192	7.27
4. Medio	914	34.62	378	14.32
5. Alto	553	20.95	473	17.92
6. Muy alto	242	9.17	791	29.96
7. Demasiado alto	23	0.87	632	23.94
		100%		100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Operadores de Comercio Exterior.

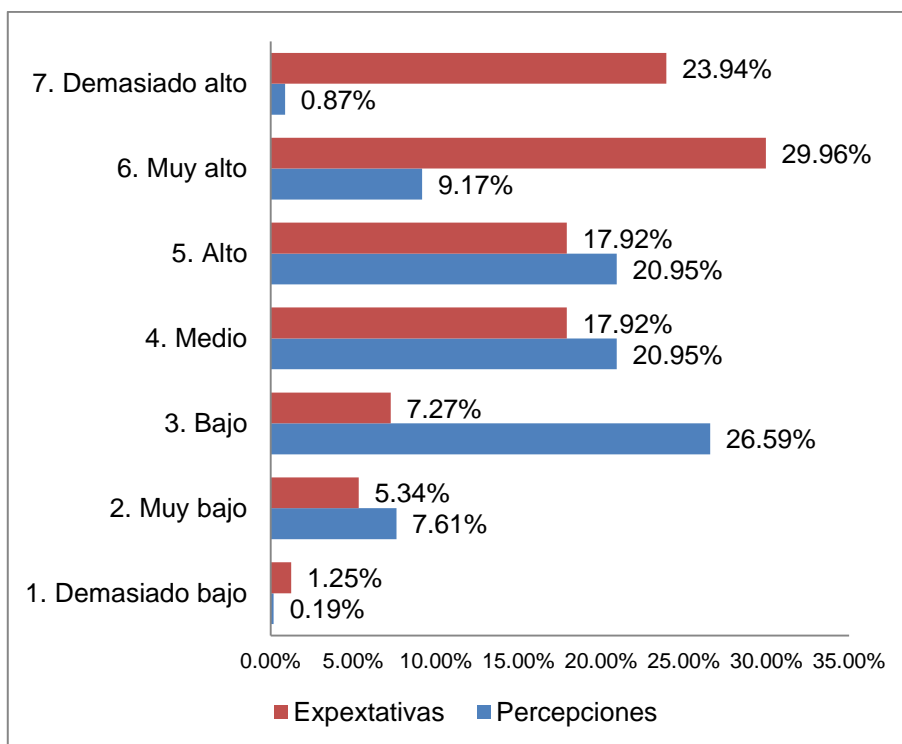


Figura 5. Distribución de frecuencias para cada una de las 7 escalas para expectativas y percepciones.

La Tabla 9 y la Figura 5 muestran la distribución de frecuencias en la escala de valor que va del 1 al 7 en el cuestionario, teniéndose que en lo referente a Expectativas los porcentajes más altos corresponden a la escala 6 y 7, muy alto y demasiado alto con 29.96% y 23.94% respectivamente; lo que refleja el alto grado de expectativas que tienen los Operadores de Comercio Exterior en relación a los servicios se les brinda en la Intendencia Aduana Aérea y Posta del Callao. Por otro lado los porcentajes más bajos seleccionados por los operadores en la escala son para el 1 y 2, demasiado bajo y muy bajo.

En cuanto a las Percepciones la Tabla 9 y la Figura 5 da como porcentajes más alto en la distribución de frecuencias la escala 3 de Bajo con 26.59%, seguido de la escala 4 y 5 de los valores Medio y Alto con un porcentaje similar de 20.95%. Es además preciso mencionar que las escalas menos seleccionadas por los usuarios corresponden a los extremos de 1 Demasiado Bajo y 7 Demasiado Alto, con porcentajes de 0.19% y 0.87% respectivamente.

Por último es preciso indicar que la escala con frecuencias distantes entre sí en lo concerniente a Expectativas y Percepciones es para la escala 7

Demasiado Alto, dado que al apreciar el gráfico de barras de la Figura 5 se muestran porcentajes de 23.94% en Expectativas y 0.87% en Percepciones, lo que representa la selección de esta escala de 23 frente 632 selecciones por parte de los Operadores de Comercio Exterior.

Tabla 10

Nivel de calidad global del servicio a los Operadores de Comercio Exterior

Valoración	Nivel	Porcentaje (%)
Expectativa insatisfecha	Bajo	68.86
Expectativa satisfecha	Medio	12.27
Expectativa superada	Alto	18.86

Fuente: Encuesta aplicada a los Operadores de Comercio Exterior.

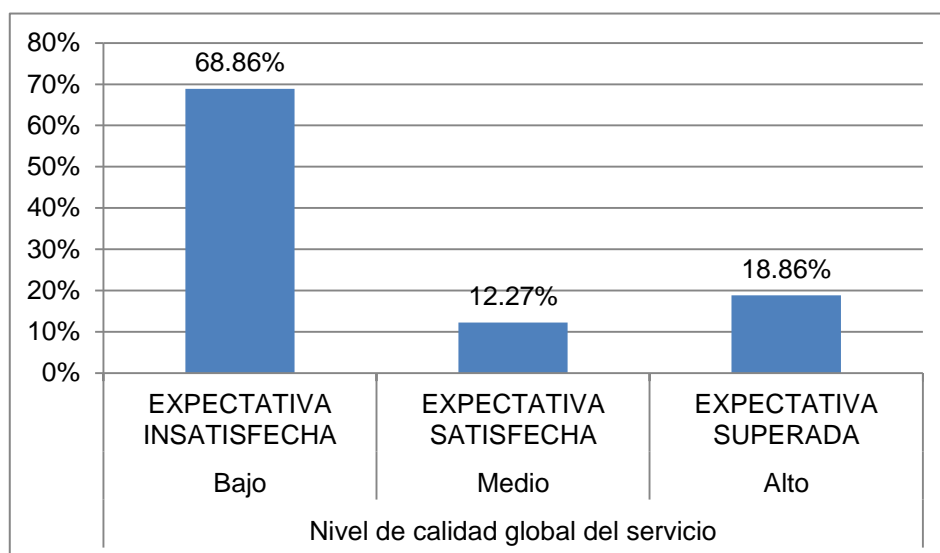


Figura 6. Nivel de calidad global del servicio dado a los Operadores de Comercio Exterior.

La Tabla 10 y Figura 6 muestran los resultados de la calidad global de atención a los Operadores de Comercio Exterior en los tres valores planteados para la presente investigación: Valor positivo (Expectativa superada), Valor cero o medio (Expectativa satisfecha), Valor negativo (expectativa insatisfecha). Cabe recalcar que para la obtención de los presentes resultados se realizó la resta de Percepciones menos Expectativas, dando como resultado la Calidad del servicio. Como resultado se obtuvo según se muestra en la tabla y figura citados un nivel de calidad del servicio insatisfecho con un

porcentaje de 68.86%, el cual es superior al porcentaje de calidad del servicio satisfecha 12.27% y al porcentaje de calidad del servicio superada 18.86%.

Los resultados señalados en la Tabla 10 y Figura 6 son sustanciales para la presente investigación y guardan relación con el resultado negativo para calidad del servicio dado a los operadores de -1.21 el cual es indicado en la Tabla 5 y Figura 6.

Tabla 11

Distribución de frecuencias de los niveles de calidad del servicio

Valores	fi	hi	f%	% por cada uno de los tres (03) valores y niveles		
-6	3	0.001	0.114	68.86%	Valor negativo	Calidad del servicio baja
-5	56	0.021	2.121			
-4	270	0.102	10.23			
-3	482	0.183	18.26			
-2	559	0.212	21.17			
-1	448	0.170	16.97			
0	324	0.123	12.27	12.27%	Valor medio	Calidad del servicio modesta
1	181	0.069	6.86	18.86%	Valor positivo	Calidad del servicio alta
2	184	0.070	6.97			
3	93	0.035	3.52			
4	30	0.011	1.14			
5	9	0.003	0.34			
6	1	0.0004	0.04			

Fuente: Encuesta aplicada a los Operadores de Comercio Exterior.

La Tabla 11 muestra los resultados de la diferencia entre Percepciones y Expectativas mostrando además las frecuencias para los valores positivo (1, 2, 3, 4, 5, 6), negativo (-6, -5, -4, -3, -2, -1) y medio (0). Es apreciable y acorde con los resultados que las frecuencias más altas se encuentran en el lado negativo lo cual refleja la baja calidad del servicio dado a los Operadores de Comercio Exterior.

Tabla 12

Distribución de frecuencias de los niveles de calidad del servicio por cada dimensión

Dimensiones	Niveles	Valores	fi	Porcentaje (%)
Elementos	Bajo	-6, -5, -4, -3, -2, -1	59	12.29

tangibles	Medio	0	58	12.08
	Alto	1, 2, 3, 4, 5, 6	363	75.63
Fiabilidad	Bajo	-6, -5, -4, -3, -2, -1	445	74.17
	Medio	0	102	17
	Alto	1, 2, 3, 4, 5, 6	53	8.83
Capacidad de respuesta	Bajo	-6, -5, -4, -3, -2, -1	423	88.13
	Medio	0	37	7.71
	Alto	1, 2, 3, 4, 5, 6	20	4.17
Seguridad	Bajo	-6, -5, -4, -3, -2, -1	335	69.79
	Medio	0	94	19.58
	Alto	1, 2, 3, 4, 5, 6	51	10.63
Empatía	Bajo	-6, -5, -4, -3, -2, -1	556	92.67
	Medio	0	33	5.5
	Alto	1, 2, 3, 4, 5, 6	11	1.83

Fuente: Encuesta aplicada a los Operadores de Comercio Exterior.

La Tabla 12 muestra los valores, sus frecuencias y nivel de calidad del servicio para cada una de las cinco dimensiones de la calidad del servicio, donde es apreciable la frecuencia elevada del nivel de calidad del servicio para los Elementos tangibles con un porcentaje de 75.63% frente a un nivel de calidad bajo de 12.29% y nivel medio de 12.08%.

Por otro lado, la Tabla 12 se refleja acorde con los resultados de la Tabla 8 donde las dimensiones de Fiabilidad, Capacidad de respuesta, Seguridad y Empatía predominan con frecuencia los valores negativos el cual incluso supera la suma de los valores medio y alto juntos.

Tabla 13

Distribución de frecuencias de los niveles de calidad de servicio de la dimensión Elementos tangibles

Dimensiones	Niveles	Valores	fi	Porcentaje (%)
Elementos tangibles	Bajo	-6, -5, -4, -3, -2, -1	59	12.29
	Medio	0	58	12.08
	Alto	1, 2, 3, 4, 5, 6	363	75.63
				100

Fuente: Encuesta aplicada a los Operadores de Comercio Exterior.

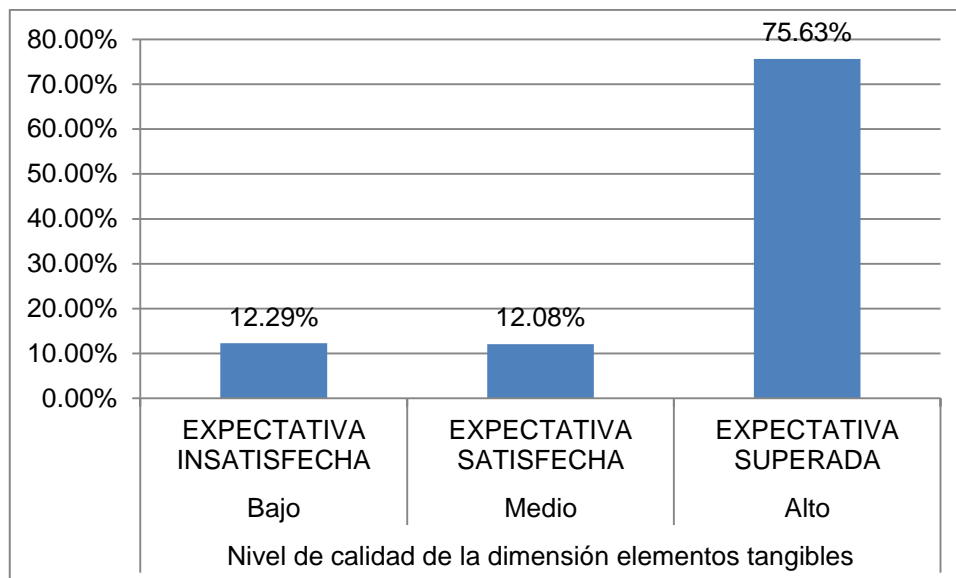


Figura 7. Nivel de calidad del servicio de la dimensión de Elementos tangibles.

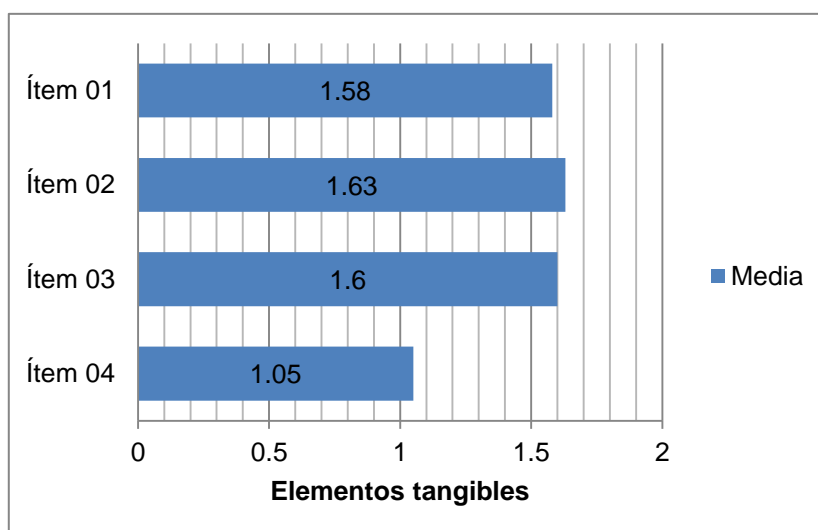


Figura 8. Media obtenida por cada ítem de la dimensión Elementos tangibles.

La Tabla 13 y Figura 7 indican los porcentajes obtenidos teniendo en cuenta los niveles bajo, medio y alto para la dimensión Elementos tangibles y como se indicó anteriormente el nivel de calidad del servicio percibido por los Operadores de Comercio Exterior tiene un resultado alto o positivo además predominante de 75.63%, siendo incluso superior a la suma de los porcentajes 12.29% y 12.08% para los niveles bajo y medio respectivamente.

De los cuatro ítems correspondientes a la dimensión Elementos tangibles la Figura 8 indica un resultado positivo y casi cercano para los tres primeros ítems, los mismos que corresponden a la percepción de los Operadores de Comercio Exterior en relación al equipamiento e instalaciones de la Intendencia Aduana Aérea y Postal así como a la apariencia pulcra de los servidores públicos que laboran en dicha sede. Si bien es cierto que el ítem 4 también muestra un resultado positivo de 1.05 para el nivel de calidad del servicio concerniente a los elementos materiales tales como formularios, folletos, instructivos de llenado, y otros complementan el servicio que se da a los usuarios, es quizás un elemento a tener en cuenta a fin de que dicho valor no se torne negativo en el tiempo.

Tabla 14

Distribución de frecuencias de los niveles de calidad de servicio de la dimensión Fiabilidad

Dimensiones	Niveles	Valores	fi	Porcentaje (%)
Fiabilidad	Bajo	-6, -5, -4, -3, -2, -1	445	74.17
	Medio	0	102	17
	Alto	1, 2, 3, 4, 5, 6	53	8.83
				100

Fuente: Encuesta aplicada a los Operadores de Comercio Exterior.

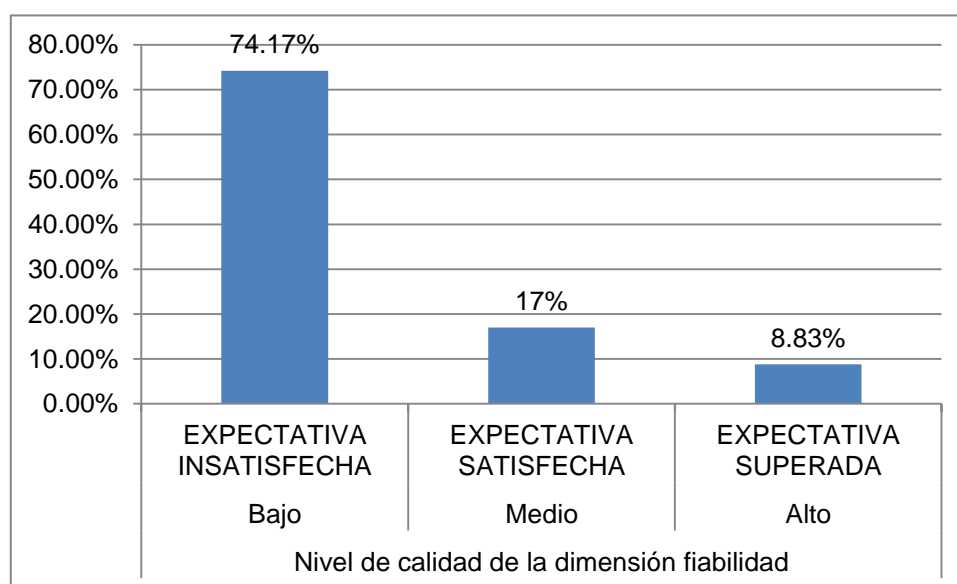


Figura 9. Nivel de calidad del servicio de la dimensión de Fiabilidad

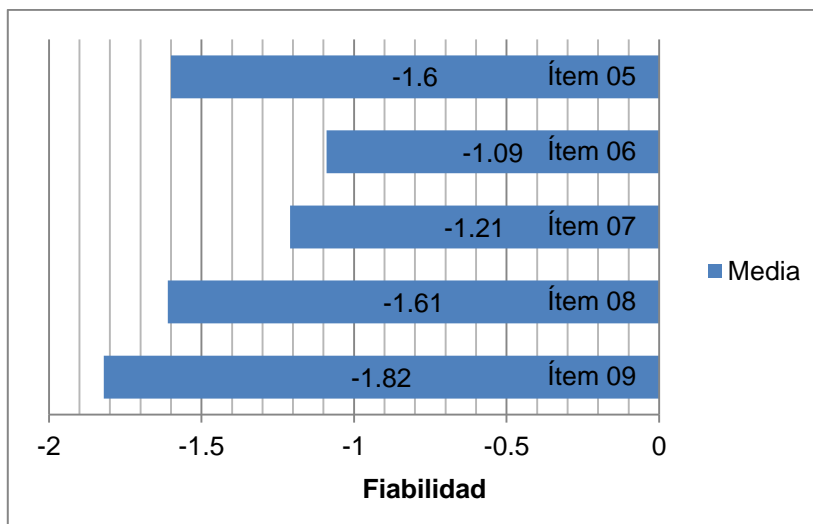


Figura 10. Media obtenida por cada ítem de la dimensión de Fiabilidad

La Tabla 14 y Figura 9 muestran los niveles bajo medio y alto para la dimensión Fiabilidad de la variable Calidad del servicio, el cual presenta un valor negativo en el nivel bajo de 74.17% siendo muy superior al nivel medio que tiene un 17% y al nivel alto de 8.83%. De los cinco ítems que componen la dimensión Fiabilidad es el ítem 9, como se observa en la Figura 10, el que registra un valor negativo alto de -1.82 en lo concerniente a brindar un servicio correcto y sin errores. Los ítems 5 y 8 mantienen un resultado casi similar de -1.6 y -1.61 correspondientes a la promesa por parte de los servidores públicos de hacer realizar algo en la fecha prometida y a concluir el servicio en el tiempo y plazo prometido. Por otro lado los ítems 6 y 7 con -1.09 y -1.21 respectivamente atribuidos al interés que muestran los servidores públicos de la Intendencia por solucionar los problemas de los Operadores de Comercio Exterior y a la percepción que tienen estos porque los trabajadores de la Intendencia realicen bien los servicios desde la primera vez.

Tabla 15

Distribución de frecuencias de los niveles de calidad de servicio de la dimensión Capacidad de respuesta

Dimensiones	Niveles	Valores	fi	Porcentaje (%)
Capacidad de respuesta	Bajo	-6, -5, -4, -3, -2, -1	423	88.13
	Medio	0	37	7.71
	Alto	1, 2, 3, 4, 5, 6	20	4.17
				100

Fuente: Encuesta aplicada a los Operadores de Comercio Exterior.

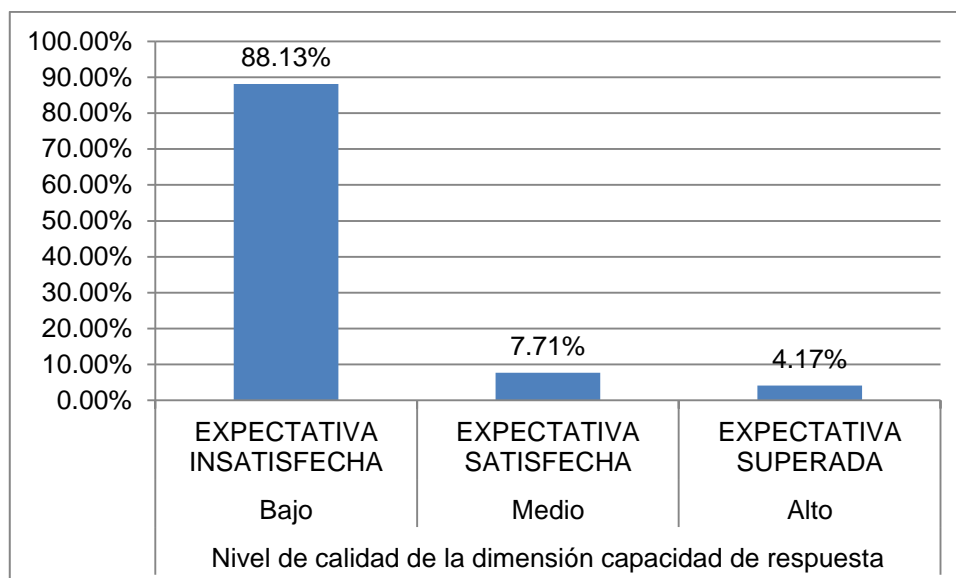


Figura 11. Nivel de calidad del servicio de la dimensión Capacidad de respuesta.

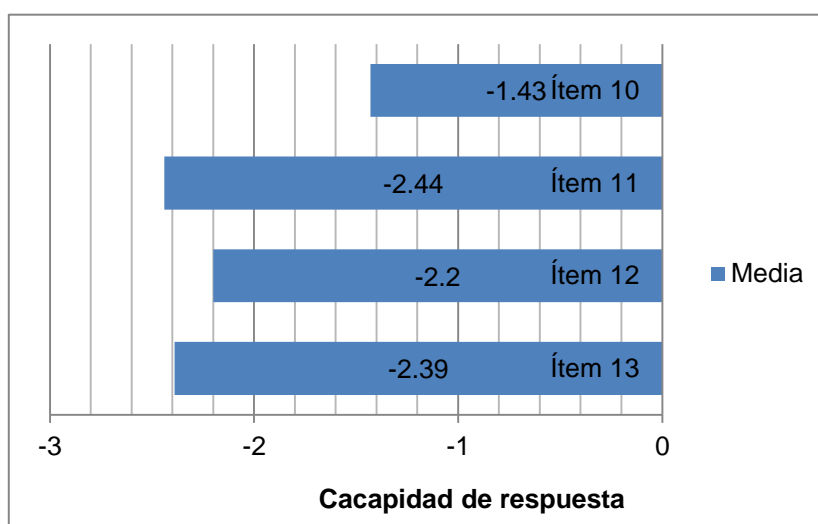


Figura 12. Media obtenida por cada ítem de la dimensión Capacidad de respuesta

La Tabla 15 y Figura 11 muestran los niveles bajo, medio y alto para la dimensión de Capacidad de respuesta de la variable Calidad del servicio el cual presenta un valor negativo en el nivel bajo de 88.13% siendo muy superior al nivel medio que tiene un 7.71% y al nivel alto de 4.17%. De los cuatro ítems que componen la dimensión Capacidad de respuesta, son los ítems 11, 12 y 13, como se observa en la Figura 12, los que registran un valor negativo alto de -2.44, -2.2, y -2.39 respectivamente, en lo concerniente a la rapidez en que los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal brindan el servicio a los Operadores de

Comercio Exterior, la predisposición de dichos servidores ayudar a los usuarios y a la percepción que tienen estos usuarios de que los servidores públicos en la sede se encuentran ocupados para responder las preguntas de los operadores. Por otro lado el ítem 10 registra también un valor negativo de -1.43 atribuido a las circunstancias en que servidores públicos de la Intendencia comunican con exactitud a los operadores de comercio exterior cuando se llevarán a cabo los servicios.

Tabla 16

Distribución de frecuencias de los niveles de calidad de servicio de la dimensión Seguridad

Dimensiones	Niveles	Valores	fi	Porcentaje (%)
Seguridad	Bajo	-6, -5, -4, -3, -2, -	335	69.79
	Medio	0	94	19.58
	Alto	1, 2, 3, 4, 5, 6	51	10.63
				100

Fuente: Encuesta aplicada a los Operadores de Comercio Exterior.

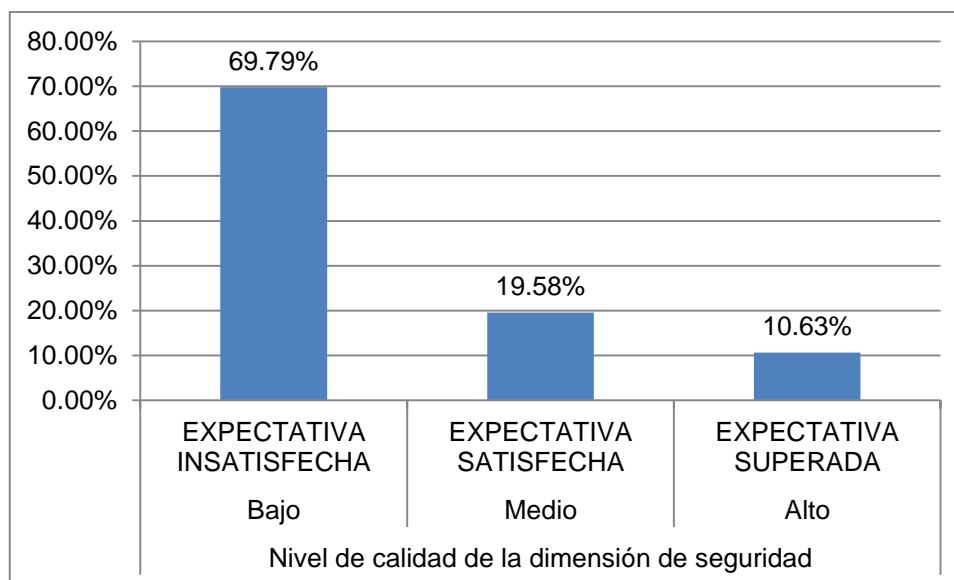


Figura 13. Nivel de calidad del servicio de la dimensión Seguridad.

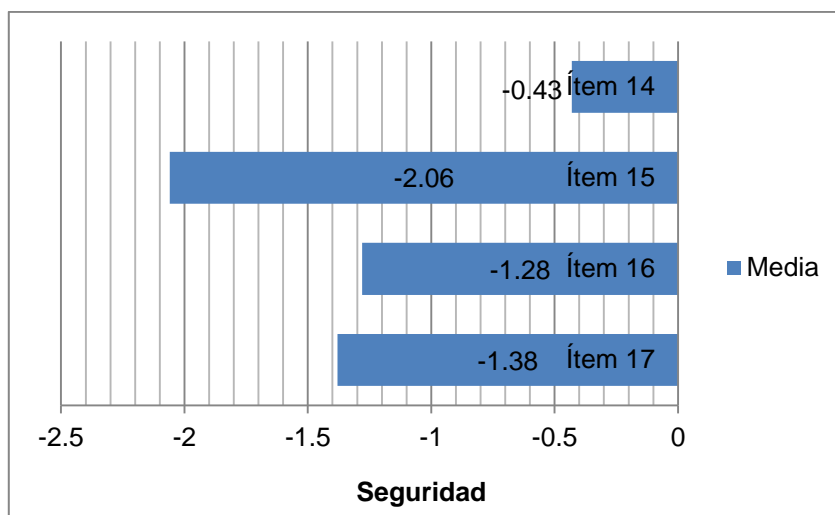


Figura 14. Media obtenida por cada ítem de la dimensión de Seguridad.

La Tabla 16 y Figura 13 muestran los niveles bajo, medio y alto para la dimensión de Seguridad de la variable Calidad del servicio el cual presenta un valor negativo en el nivel bajo de 69.79% siendo muy superior al nivel medio que tiene un 19.58% y al nivel alto de 10.63%. De los cuatro ítems que componen la dimensión Seguridad, son los ítems 15, 16 y 17, como se observa en la Figura 14, los que registran un valor negativo alto de -2.06, -1.28, y -1.38 respectivamente, en lo concerniente a la seguridad que sienten los Operadores de Comercio Exterior en los tramites que realizan en la Intendencia Aduana Aérea y Postal, la cortesía que muestran los servidores públicos de dicha sede, y a los conocimientos necesarios que tienen dichos servidores para responder las preguntas de los usuarios. Por otro lado el ítem 14 referido a la confianza que transmite el comportamiento de los servidores públicos de la Intendencia en los operadores registra un valor negativo de -0.43, siendo casi cercano al nivel medio de Expectativa satisfecha.

Tabla 17

Distribución de frecuencias de los niveles de calidad de servicio de la dimensión Empatía

Dimensiones	Niveles	Valores	fi	Porcentaje (%)
Empatía	Bajo	-6, -5, -4, -3, -2, -1	556	92.67
	Medio	0	33	5.5
	Alto	1, 2, 3, 4, 5, 6	11	1.83
				100

Fuente: Encuesta aplicada a los Operadores de Comercio Exterior.

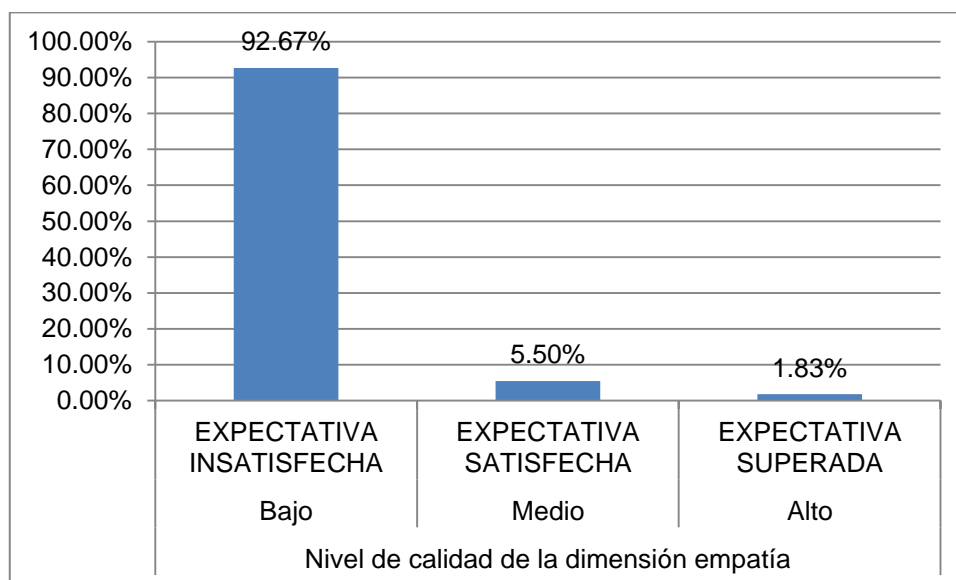


Figura 15. Nivel de calidad del servicio de la dimensión Empatía.

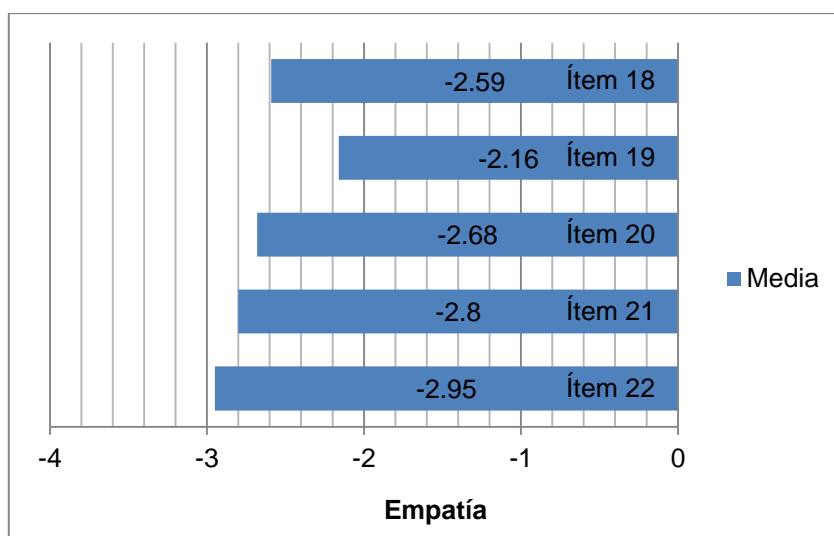


Figura 16. Media obtenida por cada ítem de la dimensión de Empatía.

La Tabla 17 y Figura 15 muestran los niveles bajo, medio y alto para la dimensión de Empatía de la variable Calidad del servicio el cual presenta un valor negativo en el nivel bajo de 92.67% siendo muy superior al nivel medio que tiene un 5.50% y al nivel alto de 1.83%. De los cinco ítems que componen la dimensión Empatía, es el ítem 22, como se observa en la Figura 16, el que registra el valor negativo más alto con -2.95 en lo concerniente a si los servidores públicos de Intendencia

Aduana Aérea y Postal comprenden las necesidades específicas de los Operadores de Comercio Exterior. Por otro lado se aprecia en la Figura 16 que el ítem 18 obtiene -2.59 en cuando si los usuarios perciben una atención personalizada, el ítem 19 con -2.16 en el aspecto si la Intendencia tiene horarios de apertura y atención adecuados para dichos operadores, el 20 con -2.68 sobre la percepción si la Intendencia cuenta con personal que brinde una atención personalizada a los usuarios, y finalmente el ítem 21 con -2.8 para la pregunta sobre si los servidores públicos de la Intendencia se interesan por actuar del modo más conveniente para los operadores de comercio exterior.

Cabe acotar que la dimensión de Empatía es la que registra el valor acumulado negativo más alto con respecto a las otras dimensiones tal como se aprecia en la Tabla 8 y Tabla 12.

IV. Discusión

Discusión

La presente investigación buscó determinar el nivel de calidad del servicio que se les brinda a los Operadores de Comercio Exterior en una dependencia de la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria – SUNAT como es la Intendencia Aduana Aérea y Postal del Callao – IAAP, teniéndose en consideración que esta sede controla el segundo mayor flujo comercial que tiene el país con el resto del mundo, y siendo la primera puerta de ingreso por donde ingresan turistas extranjeros al país; motivo por el cual es uno de los motivos de justificación del presente estudio al buscar determinar el nivel de calidad de servicio que reciben los operadores, entendiéndose como tales a los importadores, exportares, transportistas, y otros indicados en la Tabla 2.

Asimismo, es preciso considerar que dentro de la política de calidad de la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria – SUNAT se consideran los tres siguientes aspectos:

1. Facilitar el comercio exterior propiciando la constante interacción con los usuarios y motivando su satisfacción, apoyada en el enfoque de procesos y gestión de riesgos.
2. Proveer a los usuarios servicios e información consistente, simple y oportuna, a fin de reducir los costos y tiempo para incentivar el cumplimiento tributario-aduanero.
3. Promover el desarrollo de las competencias de los trabajadores, así como la comunicación efectiva y oportuna, para fomentar su participación en la mejora continua en la búsqueda de la excelencia. (SUNAT, 2015, p.3)

De lo anterior citado es entonces necesario recalcar la importancia que tiene para esta institución pública del estado encargada del flujo y control aduanero de personas, mercancías, y medios de transporte la “facilitación del comercio exterior” el mismo que se encuentra dentro los principios promovidos por organismos mundiales como es la Organización Mundial de Aduanas – OMA y que también recoge la propia legislación aduanera local como principio. Por otro lado la SUNAT al contar con certificación vigente ISO 9001 acepta los principios de esta, siendo uno de ellos el “Enfoque al usuario” o en este caso la

comprensión de las necesidades de los Operadores de Comercio Exterior a fin de satisfacer sus necesidades y superar las expectativas de los mismos.

Por otro lado el objetivo general de la presente investigación de determinar el nivel de calidad percibida por los Operadores de Comercio Exterior frente a los servicios que ofrece la Intendencia Aduana Aérea y Postal del Callao, se ha hallado que un 68.86% de las personas encuestadas se sienten insatisfechas con el servicio recibido, un 12.27% satisfecho y un 18.86% muy satisfecho. Es decir la percepción en general de la calidad del servicio percibida por los operadores es baja, superando incluso a los niveles medio y alto juntos. La calidad del servicio está en negativo con -1.21 resultado de la resta de percepciones y expectativas.

No obstante a lo anterior es preciso indicar que de las cinco dimensiones que se compone la variable Calidad del servicio y de acuerdo a los resultados es la dimensión de Elementos tangibles la que registra un resultado positivo de 75.63% de aprobación a la calidad del servicio percibida por los usuarios. Esta última dimensión corresponde a los cuatro primeros ítems referidos al equipamiento de la Intendencia, la percepción visual de las instalaciones físicas, la apariencia pulcra de los servidores públicos, y a los elementos materiales relacionados a los servicios que se brindan en los módulos de atención.

Contrario a la dimensión de Elementos tangibles, las cuatro dimensiones restantes: Fiabilidad, Capacidad de respuesta, Seguridad, y Empatía muestran un nivel bajo de percepción en la Calidad del servicio de 74.17%, 88.13%, 69.79%, y 92.67% respectivamente, siendo esta última dimensión de Empatía la que registra el porcentaje más alto de desaprobación el cual está relacionado a los cinco últimos ítems relacionados a la atención personalizada que se les da a los operadores y si se cuenta con personal para brindar esa atención personalizada, horarios de apertura y atención, y al interés de actuar del modo más conveniente para los usuarios comprendiendo las necesidades específicas de los usuarios.

En relación al primer objetivo específico se determinó que en general el nivel de expectativas de los Operadores de Comercio Exterior es alto en relación a las percepciones de los mismos tal como se muestra en la Figura 3 con un puntaje promedio de 5.23 frente a un 4.02 de percepciones. De lo anterior se

aprecia que los servicios brindados a los operadores en la Intendencia Aduana Aérea y Postal del Callao no ha superado las expectativas de los usuarios por lo tanto existe insatisfacción en los mismos.

Del párrafo anterior es preciso mencionar que de las cinco dimensiones que miden el nivel de expectativas es en el siguiente orden las que registran un alto puntaje dado por los operadores a las dimensiones de: Empatía 6.19, Capacidad de respuesta 6.03, Fiabilidad 5.40, Seguridad 5.11, y Elementos tangibles 3.41; tal como se observa en la Figura 4.

De lo anterior se deduce que los operadores esperan un alto grado de satisfacción para la dimensión Empatía relacionado a la capacidad que tiene la Intendencia por brindar un servicio personalizado en un horario adecuado y con la comprensión de las necesidades específicas de los usuarios. En la segunda dimensión en prevalencia de los usuarios para la dimensión de Capacidad de respuesta está relacionada a la voluntad o disposición de los servidores públicos de la Intendencia por ayudar y brindar un servicio rápido a los usuarios. La dimensión de Fiabilidad aparece como tercer motivo de mayor anhelo de satisfacción el recibir un servicio en forma confiable y cuidadosa. En cuarto lugar de importancia de satisfacción de las expectativas es para la dimensión Seguridad, es decir la capacidad de los trabajadores de la Intendencia por transmitir confianza y credibilidad teniendo como base sus conocimientos en los procesos aduaneros. Finalmente la dimensión de Elemento tangibles aparece con menor valor otorgado en lo concerniente a las expectativas, no obstante cabe recalcar que es la única dimensión de la variable que tiene un resultado positivo al ser superado por las percepciones de los operadores; dicha dimensión está referida a los equipos, apariencia del personal, materiales de comunicación usados y las instalaciones físicas.

En relación al segundo objetivo específico se determinó que en general el nivel de percepciones de los Operadores de Comercio Exterior es bajo en relación a las expectativas de los mismos tal como se muestra en la Figura 3 con un puntaje promedio de 4.02 frente a un 5.23 de expectativas. De lo anterior se aprecia que la percepción de los servicios brindados a los operadores en la

Intendencia Aduana Aérea y Postal del Callao no ha superado las expectativas de los usuarios por lo tanto existe insatisfacción en los mismos.

Del párrafo anterior es preciso mencionar que de las cinco dimensiones que miden el nivel de percepciones es en el siguiente orden las que registran un alto puntaje dado por los operadores a las dimensiones de: Elementos tangibles 4.88, Fiabilidad 3.93, Capacidad de respuesta 3.91, Seguridad 3.83, y Empatía 3.55; tal como se observa en la Figura 4.

De lo anterior se deduce que los Operadores de Comercio Exterior tuvieron una alta percepción en la dimensión Elementos tangibles lo que se traduce en un valor positivo porque es superior a las expectativas en la misma dimensión. Con respecto a las dimensiones de Fiabilidad, Capacidad de respuesta y Seguridad mantienen puntajes promedios cercanos, no obstante las percepciones son bajas en relación a las expectativas, caso similar aunque con un valor promedio más bajo de percepciones se da en la dimensión Empatía.

V. Conclusiones

Conclusiones

- Primero:** Acerca del objetivo general de determinar el nivel de calidad percibida por los Operadores de Comercio Exterior frente a los servicios que ofrece la Aduana Aérea y Postal del Callao, se concluye que en general la calidad del servicio brindada en dicha institución es baja al haberse encontrado insatisfacción en los personas encuestadas de 68.86%, lo que equivale a un valor negativo de -1.21 al hacer la resta de los promedios de percepciones y expectativas. Cabe indicar que la expectativa satisfecha o calidad del servicio con nivel medio es de 12.27% y la expectativa superada o calidad del servicio con nivel alto es de 18.86%.
- Segundo:** En cuanto a la dimensión Elementos tangibles de la variable calidad del servicio en la Aduana Aérea y Postal del Callao se obtuvo que un 75.63% de los encuestados se vio por superadas sus expectativas y un 12.08% vio por satisfechas sus expectativas, por lo tanto se deduce que la calidad del servicio en esta dimensión mantiene un nivel alto y se da en aspectos relacionados al equipamiento, instalaciones físicas, materiales de comunicación usados, y la apariencia personal de los servidores públicos de esta institución pública. Es preciso acotar que la presente dimensión es la única que obtuvo una percepción de la calidad del servicio en positivo.
- Tercero:** En lo referente a la dimensión de Fiabilidad los resultados indican que un 74.17% de los operadores encuestados mantienen sus expectativas insatisfechas, por lo tanto se concluye que el nivel de la calidad del servicio es baja en aspectos relacionados a recibir un servicio de forma confiable y mediante un proceso correcto o cuidadoso.
- Cuarto:** Con respecto a la dimensión Capacidad de respuesta los resultados indican que un 88.13% de los operadores encuestados mantienen sus expectativas insatisfechas, por lo tanto se concluye que el nivel

de la calidad del servicio en baja en aspectos relacionados a recibir un servicio con la disposición y voluntad de quienes lo dan.

Quinto: Para la dimensión Seguridad los resultados indican que un 69.79% de los operadores encuestados mantienen sus expectativas insatisfechas, por lo tanto se concluye que el nivel de la calidad del servicio en baja en aspectos relacionados a brindar un servicio transmitiendo confianza en base sus conocimientos y cortesía.

Sexto: Por último en la dimensión de Empatía los resultados indican que un 92.67% de personas encuestadas mantiene sus expectativas insatisfechas, por lo tanto se concluye que esta dimensión es la que registra el nivel más bajo de calidad del servicio en aspectos relacionados a brindar una atención personalizada en horarios adecuados y con la comprensión de las necesidades específicas de los operadores.

VI. Recomendaciones

Recomendaciones

- Primero:** Teniendo en consideración las conclusiones anteriores donde se determina que en general la calidad del servicio brindada a los Operadores de Comercio Exterior en la Aduana Aérea y Postal del Callao tiene un nivel bajo con un alto grado de insatisfacción de las expectativas o expectativas mayores a las percepciones, por lo tanto se recomienda mejorar la calidad de los servicios a través de la revisión de las políticas actuales de gestión de calidad teniendo un enfoque en la satisfacción de los operadores, esto implica la revisión de los procesos internos actuales, por otro lado se requiere la capacitación y compromiso de los trabajadores de la institución a fin de esto se interiorice en cada trabajador y sea tomado como parte de una cultura organizacional. Asimismo, se propone la implementación de estudios de satisfacción de la calidad del servicio en el resto de aduanas que existen en el país.
- Segundo:** Si bien la dimensión elemento tangibles es la única que indica nivel de calidad del servicio alto es preciso considerar que el flujo creciente del comercio exterior que el país experimenta por la apertura de nuevos mercados y tratados comerciales, así como la ampliación en los próximos años del Aeropuerto Internacional Jorge Chávez estaría demandando a largo plazo nuevas condiciones físicas para los trámites aduaneros que realizan los Operadores de Comercio Exterior, en este sentido se recomienda que se inicien estudios de la demanda o flujo comercial de los próximos años a fin de determinar si la infraestructura, equipamiento actual, materiales de comunicación utilizados actualmente cubrirán las necesidades y expectativas de los usuarios.
- Tercero:** Para mejorar la capacidad de respuesta de los servidores públicos y el nivel de fiabilidad de los servicios que se brindan es necesario capacitar a todo personal que mantiene contacto con los operadores a fin de mejorar y aumentar sus habilidades y conocimientos que les permitan revertir la percepción negativa actual y así brindar un

servicio rápido y eficiente en los plazos debidos y sin errores, además del compromiso de los trabajadores por solucionar los problemas de los usuarios mediante un servicio cuidadoso y confiable.

- Cuarto:** En cuanto a la dimensión seguridad para revertir la percepción negativa actual se requiere capacitar a los trabajadores que se encuentran en contacto con los operadores en aumentar sus conocimientos para responder la diversidad de preguntas de los usuarios con la cortesía debida a fin de transmitir seguridad y confianza.
- Quinto:** La dimensión de empatía al ser la que registra el nivel más bajo en la calidad del servicio se recomienda una mejor administración del talento humano que permita brindar una atención personalizada a los Operadores de Comercio Exterior con horarios de apertura y atención adecuados a las necesidades específicas de los usuarios.
- Sexto:** Añadiendo a las recomendaciones de las dimensiones que muestran insatisfacción en la calidad del servicio se propone la mejora o implementación de protocolos de atención a los usuarios de fácil aplicación, cortos y sencillos que sean visibles en forma gráfica o audiovisual para los trabajadores en los módulos de atención.
- Séptimo:** Por último se sugiere implementar y/o fortalecer las herramientas de retroalimentación actuales que permiten conocer el grado de satisfacción de los servicios brindados de forma rápida y sencilla, canalizando la información a áreas especializadas para la implementación de mejoras.

VII. Referencias

Referencias

- Adí, S. G. (2003). Medición de la calidad de los servicios. (Tesis de Maestría). Universidad del Cema, Argentina.
- Albrecht, K. (2005). La Inteligencia Social. Recuperado de www.resumido.com/es/libro.php/243.
- Altaba, E. (2009). La Nueva Gestión Pública y la Gestión por competencias. (Tesis de Doctorado). Universidad Rovira i Virgili, España.
- Arnheim, R. (1986). Arte y percepción visual. Madrid: Alianza.
- Arrue, J. (2014). Análisis de la calidad del servicio de atención en la oficina desconcentrada de Osiptel Loreto desde la percepción del usuario período junio a setiembre de 2014. (Tesis de Maestría). Universidad Nacional de la Amazonía Peruana, Perú.
- Balestrini, M. (2002). Metodología de la Investigación. Caracas: Editorial Fotolito Quintana.
- Barco, N. (2010). Percepción de los usuarios con respecto a la calidad de los servicios prestados por la banca virtual en el municipio Iribarren durante el año 2010. (Tesis de Maestría). Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado, Venezuela.
- Barmat, T. (2010). La Percepción y su vinculación con la Persuasión y la Disuasión. Recuperado de http://www.barmat.com.ar/index.php/103-la-percepcion-y-su-vinculacion-con-la-persuasion-y-la-disuasion/#_ftn3.
- Berry, L., Bennet, D. y Brown, C. (1989). Service quality: A profit strategy for financial institutions. U.S.A.: Richard D. Irwin, Inc.
- Bravo, M. (2011). Percepción de la calidad de atención que tienen los usuarios de la consulta externa del Subcentro de Salud de Amaguaña. (Tesis de Pregrado). Universidad Católica de Loja, Ecuador.
- Bujanda, C. (2007). Evaluación de la calidad de servicio y satisfacción del cliente. Caso. Seguros Caracas de Liberty Mutual, Sucursal Barquisimeto. (Tesis de Pregrado). Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado, Venezuela.

- Cabello Pérez Miguel (2007). Las Aduanas y el Comercio Internacional. Madrid. Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing (Esic).
- Cantú, H. (2001). Desarrollo de una cultura de calidad. Mc Graw Hill, México.
- De Pedro, P. (2013). La calidad de servicio bancario: una escala de medición. (Tesis de Maestría). Universidad Nacional del Sur, Argentina.
- Drummond, H. (1995). Qué es hoy la Calidad Total. Bilbao: Ed. Deusto.
- Flores, D. (2015). Calidad del servicio alimentario a partir de expectativas y percepciones de usuarios del programa escolar Qali Warma en la I.E. del distrito de Tamburco, Abancay, 2014. (Tesis de Maestría). Universidad Cesar Vallejo, Lima.
- García, J. (2012). Sistema de calidad para el restaurante Tridente del hotel Neptuno en Valencia, España. (Tesis de Pre-grado). Universidad Simón Bolívar, Venezuela.
- Gutiérrez, E., Pérez, M., & Vizcarra, N. (2002). La percepción de la calidad en el IMSS. (Tesis de Pregrado). Universidad Autónoma Metropolitana, México.
- Harrington, J. (1997). Management Siglo XXI. Administración del Mejoramiento Continuo: La Nueva Generación. Colombia, Ediciones Mc Graw Hill.
- Hernández, S. (2010). Metodología de la investigación, segunda edición. México: Editorial Ultra.
- Hernández, S. R., Fernández C. & Baptista L. (2010). Metodología de la Investigación. México: Ed. Mc Graw-Hill.
- Horovitz, J. (1991). La calidad del servicio a la conquista del cliente. Editorial McGraw-Hill. España.
- Ivancevich J., Lorenzi P. (1996). Gestion: Calidad y Competitividad. Mexico: Ed. Irwin.
- Kotler, P. (1991). Marketing Management Analysis Planning, Implementation and Control, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Inc.
- La Sociedad Americana para el Control de Calidad - A.S.Q.C. (2006). Calidad. Recuperado de www.asq.com.mx

- Lehtinen, J., & Lehtinen, U. (1982). Service quality: A study of quality dimensions. Unpublished working paper. Service Management Institute. Helsinki.
- Malvicino, G. A. (2001). La gestión de la calidad en el ámbito de la administración pública, potencialidades para un cambio gerencial. *VI Congreso Internacional del CLAD sobre Reforma del Estado y la Administración Pública*. Recuperado de <http://www.top.org.ar/ecgp>
- Martinez, A. (2012). Satisfacción del servicio prestado a importadores de calzados deportivos, en la aduana principal de la Guaira. Tesis de Maestría). Universidad del Zulia, Venezuela.
- Martínez, D., Nieto, V., & Rayas, E. (2013). Percepción de los usuarios sobre la calidad del servicio en un consultorio de enfermería. (Tesis de Pregrado). Universidad Autónoma de Querétaro, México.
- Mongui, P. E. (2015). Percepción de la calidad de la atención médica en población con discapacidad físico-motora que acude a la fundación A.P.R.I.L.P. (Tesis de Maestría). Universidad Nacional de la Plata, Argentina.
- Montejano, J. (2009). La modernización de la Administración Pública, base para el desarrollo empresarial en México. (Tesis de Maestría). Instituto Politécnico Nacional, México.
- Morales, G. M., & Bastida, P. V. (2008). La calidad en el servicio a los usuarios del servicio de administración tributaria en Yucatán. Instituto Tecnológico de Mérida, México.
- Moyado, F. (2002). Gestión pública y calidad: hacia la mejora continua y el rediseño de las instituciones del sector público. Recuperado de <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/CLAD/clad0043302.pdf>
- Nalda, C. (1992). Modernización y calidad: las claves de la competitividad en La Calidad Total en los servicios y en la Empresa. Madrid, Ministerio para las Administraciones Públicas.
- Ninamango, W. (2014). Percepción de la calidad de servicio de los usuarios en el consultorio externo de medicina interna del Hospital Nacional Arzobispo

- Loayza en Enero del 2014. (Tesis de Pregrado). Universidad Mayor de San Marcos, Perú.
- OCDE (1995). *Governance in Transition. Public Management reforms in OCDE Countries*. París, OCDE.
- OCDE (1996). *La transformación de la gestión pública: las reformas en los países de la OCDE*. Recuperado de <http://www.oecd.org/centrodemexico/laocde>
- Olson, J., y Dover, P. (1979). *Effects of expectation creation and disconfirmation on believe elements of cognitive structure en Advances in Consumer Research 3*. Chicago: Ed. Anderson.
- Ontón, I., Medoza, C., & Ponce, M. (2010). *Estudio de calidad de servicio en el aeropuerto de Lima: expectativas y percepción del pasajero turista*. (Tesis de Maestría). Pontificia Universidad Católica, Perú.
- Ortiz, L. (2015). *Calidad del servicio de atención al usuario en la Municipalidad de Ñaña – Lima, 2014*. (Tesis de Maestría). Universidad Cesar Vallejo, Perú.
- Parasuraman A., Zeithaml V, Berry L. (1994). *Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service 85 quality: implications for further research*. Washintong: Journal of Marketing.
- Parasuranman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). *SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring customer satisfactions of service quality*. Washintong: Journal of Retailing.
- Pérez, C. (2014). *La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa Restaurante Campestre SAC – Chiclayo*. (Tesis de Pregrado). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Perú.
- Pilco, P. (2008). *Gestión aduanera en el puerto del Callao*. (Tesis de Maestría). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú.
- Quijano, V. (2004). *Calidad en el servicio*. México: Ed Gasca.
- Rasilla, J. (2010). *La administración aduanera y su influencia en el comercio exterior en el Perú-año 2009*. (Tesis de Pregrado). Universidad Nacional del Callao, Perú

- Real Academia Española. (2001). Diccionario de la lengua española (22.a ed.). Madrid, España.
- Romero, K. (2010). Estrategias para incrementar la calidad de servicio en el área de asistencia al contribuyente sector Mérida región los Andes – SENIAT. (Tesis de Pregrado). Universidad de los Andes, Venezuela.
- Salazar, G. (2006). Calidad de servicio percibida por pacientes atendidos en dos clínicas dentales privadas de Lima Metropolitana. (Tesis de Pregrado). Universidad Peruana Cayetano Heredia, Perú.
- Shaw, J. C. (1991). Gestión de servicios: la consecución del éxito en empresas de servicios mediante el desarrollo de planes. Ediciones Díaz de Santos. España.
- Stanton, W., Etzel, M., Walker, B. (2000). Fundamentos de marketing. Mc Graw Hill, México.
- Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria - SUNAT (2015). Política de Calidad. Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/gestioncalidad/RSNAA-001-2015.pdf>
- Trejo, C. (2013). La Ventanilla Única, objetivos, resultados y futuro en las empresas de ámbito internacional. (Tesis de Maestría). Universidad Autónoma de Querétaro, México.
- Urbina, F. (2014). Calidad del servicio que brindan los funcionarios de atención al contribuyente de la Intendencia Regional La Libertad – SUNAT Trujillo y su influencia en la satisfacción del usuario, en el periodo 2013. (Tesis de Pregrado). Universidad Nacional de Trujillo, Perú.
- Valera, J. L. (2012). Percepción de la comunidad sobre la calidad del servicio de una institución educativa de Ventanilla – Callao. (Tesis de Maestría). Universidad San Ignacio de Loyola, Perú.
- Vara, R. (1999). Diccionario de Derecho. México: Ed. Porrúa.
- Vega, P. M. (2001). La importancia de la calidad en el servicio al cliente. (Tesis de Pregrado). Universidad Veracruzana, México.

- Vela, R., & Zavaleta, L. (2014). Influencia de la calidad del servicio al cliente en el nivel de ventas de tiendas de cadenas Claro, Tottus - Mall, de la ciudad de Trujillo 2014. (Tesis de Pregrado). Universidad Privada Antenor Orrego, Perú.
- Veliz, M., & Villanueva, R. (2013). Calidad percibida por los usuarios externos e internos frente a los servicios que reciben en los Centros de Referencia para Infecciones de Transmisión Sexual (CERITS) de la DISA II Lima Sur. (Tesis de Maestría). Pontificia Universidad Católica, Perú.
- Ventura, P. (2008). Propuesta de mejora en la calidad del servicio para el departamento de recepción en un hotel de gran turismo. (Tesis de Maestría). Instituto Politécnico Nacional, México.
- Verano, C., & Milla, R. (2009). Sistema de administración y control de garantías. (Tesis de Pregrado). Universidad Tecnológica del Perú, Perú.
- Whittaker, J. (1987). Psicología. México: Interamericana.
- Zago, M. (2007). Evaluación de la calidad de servicio de un operador de turismo en el estado Nueva Esparta. (Tesis de Pregrado). Universidad de Oriente Núcleo de Nueva Esparta, Venezuela.

VIII. Apéndice

Apéndice 1

MATRIZ DE CONSISTENCIA						
TITULO: Calidad del servicio desde la perspectiva de los Operadores de Comercio Exterior en la Aduana Aérea y Postal del Callao						
AUTOR: Lic. Jeffer Alonso Luna Calderón						
PROBLEMAS	OBJETIVOS	VARIABLE E INDICADORES				
Problema General	Objetivo General	VARIABLE: Calidad del servicio				
		Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala y Valores	Niveles
¿Cuál es el nivel de calidad percibida por los Operadores de Comercio Exterior frente a los servicios que ofrece la Intendencia Aduana Aérea y Postal del Callao?	Determinar el nivel de calidad percibida por los Operadores de Comercio Exterior frente a los servicios que ofrece la Intendencia Aduana Aérea y Postal del Callao.	Elementos tangibles	Equipos de apariencia moderna. Instalaciones visualmente atractivas. Empleados con apariencia pulcra. Elementos materiales atractivo.	1 - 4	1. Demasiado Bajo 2. Muy bajo 3. Bajo 4. Medio 5. Alto 6. Muy alto 7. Demasiado alto	Bajo Medio Alto
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Fiabilidad	Cumplen lo prometido. Sincero interés por resolver problemas. Realizan bien el servicio la primera vez. Concluyen el servicio en el tiempo prometido. No comenten errores.	5 - 9		
¿Cuál es el nivel de expectativas que tienen los Operadores de Comercio Exterior por el servicio brindado en la Intendencia Aduana Aérea y Postal del Callao?	Identificar el nivel de expectativas que tienen los Operadores de Comercio Exterior por el servicio brindado en la Intendencia Aduana Aérea y Postal del Callao.	Capacidad de respuesta	Comunican cuando concluirán el servicio. Los empleados ofrecen un servicio rápido. Empleados siempre están dispuestos a ayudar. Empleados nunca demasiado ocupados.	10 - 13		
¿Cuál es el nivel de percepciones que tienen los Operadores de Comercio Exterior por el servicio brindado en la Intendencia Aduana Aérea y Postal del Callao?	Identificar el nivel de percepciones que tienen los Operadores de Comercio Exterior por el servicio brindado en la Intendencia Aduana Aérea y Postal del Callao.	Seguridad	Comportamiento confiable de los empleados. Los usuarios se sienten seguros. Los empleados son amables. Empleados con conocimientos suficientes.	14 - 17		
		Empatía	Ofrecen atención individualizada. Horarios de trabajo convenientes. Tienen empleados que ofrecen atención personalizada. Se preocupan por los usuarios. Comprenden las necesidades de los usuarios.	18 - 22		

Apéndice 2

CUESTIONARIO – SERVQUAL

Para responder el siguiente cuestionario lea cuidadosamente y seleccione una calificación de 1 a 7 marcando con una “X” a cada una de las 22 preguntas. No deje ninguna pregunta sin responder.

- | | | | |
|---|----------------|---|-----------------|
| 1 | Demasiado malo | 5 | Bueno |
| 2 | Muy malo | 6 | Muy bueno |
| 3 | Malo | 7 | Demasiado bueno |
| 4 | Regular | | |

1. Los módulos de atención de la Intendencia Aduana Aérea y Postal - IAAP cuentan con equipos modernos.

Servicio que esperaba recibir:

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Servicio que recibió:

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

2. La Intendencia Aduana Aérea y Postal - IAAP cuenta con instalaciones físicas visualmente atractivas.

Servicio que esperaba recibir:

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Servicio que recibió:

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

3. Los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal - IAAP que atienden a los usuarios tienen buena presencia.

Servicio que esperaba recibir:

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Servicio que recibió:

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

4. Los elementos materiales relacionados con los servicios que ofrecen los módulos de atención de la Intendencia Aduana Aérea y Postal - IAAP (formularios, folletos, instructivos de llenado, etc.) son visualmente atractivos.

Servicio que esperaba recibir:

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Servicio que recibió:

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

5. Cuando los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal - IAAP prometen hacer algo en una fecha determinada, lo cumplen.

Servicio que esperaba recibir:

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Servicio que recibió:

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

6. Cuando un operador de comercio exterior tiene un problema, el servidor público de la Intendencia Aduana Aérea y Postal - IAAP muestra un sincero interés por solucionarlo.

Servicio que esperaba recibir:

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Servicio que recibió:

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

7. Los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal - IAAP realizan bien los servicios desde la primera vez.

Servicio que esperaba recibir:

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Servicio que recibió:

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

8. Los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal - IAAP concluyen el servicio en el tiempo o plazo prometido.

Servicio que esperaba recibir:

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Servicio que recibió:

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

9. Los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal - IAAP brindan el servicio en forma correcta o sin errores.

Servicio que esperaba recibir:

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Servicio que recibió:

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

10. Los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal - IAAP comunican con exactitud a los operadores de comercio exterior cuando se llevarán a cabo los servicios.

Servicio que esperaba recibir:

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Servicio que recibió:

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

11. Los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal - IAAP ofrecen un servicio rápido a los operadores de comercio exterior.

Servicio que esperaba recibir:

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Servicio que recibió:

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

12. Los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal - IAAP están siempre dispuestos a ayudar a los operadores de comercio exterior.

Servicio que esperaba recibir:

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Servicio que recibió:

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

13. Los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal - IAAP nunca están demasiado ocupados para responder las preguntas de los operadores de comercio exterior.

Servicio que esperaba recibir:

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Servicio que recibió:

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

14. El comportamiento de los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal - IAAP transmite confianza a los operadores de comercio exterior.

Servicio que esperaba recibir:

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Servicio que recibió:

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

15. Se siente seguro en las transacciones o tramites que realiza con los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal - IAAP.

Servicio que esperaba recibir:

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Servicio que recibió:

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

16. Los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal - IAAP suelen ser corteses con usted.

Servicio que esperaba recibir:

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Servicio que recibió:

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

17. Los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal - IAAP tienen conocimientos suficientes para responder las preguntas de los operadores de comercio exterior.

Servicio que esperaba recibir:

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Servicio que recibió:

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

18. Se da una atención personalizada a los operadores de comercio exterior en la Intendencia Aduana Aérea y Postal - IAAP.

Servicio que esperaba recibir:

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Servicio que recibió:

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

19. La Intendencia Aduana Aérea y Postal - IAAP tiene horarios de apertura o atención adecuados a los operadores de comercio exterior.

Servicio que esperaba recibir:

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Servicio que recibió:

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

20. La Intendencia Aduana Aérea y Postal - IAAP cuenta con personal que ofrezca atención personalizada a los operadores de comercio exterior.

Servicio que esperaba recibir:

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Servicio que recibió:

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

21. Los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal - IAAP se interesan por actuar del modo más conveniente para los operadores de comercio exterior.

Servicio que esperaba recibir:

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Servicio que recibió:

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

22. Los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal - IAAP comprenden las necesidades específicas de los operadores de comercio exterior.

Servicio que esperaba recibir:

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Servicio que recibió:

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Apéndice 3

Instrumentos de Validación



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA: "Calidad del servicio"

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1								
1	Los módulos de atención de la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP cuentan con equipos modernos.	X		X		X		
2	La Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP cuenta con instalaciones físicas visualmente atractivas.	X		X		X		
3	Los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP que atienden a los usuarios tienen buena presencia.	X		X		X		
4	Cuando los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP prometen hacer algo en una fecha determinada, lo cumplen.	X		X		X		
DIMENSIÓN 2								
5	Cuando los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP prometen hacer algo en una fecha determinada, lo cumplen.	X		X		X		
6	Cuando un operador de comercio exterior tiene un problema, el servidor público de la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP muestra un sincero interés por solucionarlo.	X		X		X		
7	Los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP realizan bien los servicios desde la primera vez.	X		X		X		
8	Los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP concluyen el servicio en el tiempo o plazo prometido.	X		X		X		
9	Los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP brindan el servicio en forma correcta o sin errores.	X		X		X		
DIMENSIÓN 3								
10	Los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP comunican con exactitud a los operadores de comercio exterior cuando se llevarán a cabo los servicios.	X		X		X		
11	Los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP ofrecen un servicio rápido a los operadores de comercio exterior.	X		X		X		
12	Los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP están siempre dispuestos a ayudar a los operadores de comercio exterior.	X		X		X		
13	Los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP nunca están demasiado ocupados para responder las preguntas de los operadores de comercio exterior.	X		X		X		
DIMENSIÓN 4								
14	El comportamiento de los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP transmite confianza a los operadores de comercio exterior.	X		X		X		
15	Se siente seguro en las transacciones o trámites que realiza con la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP.	X		X		X		
16	Los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP suelen ser corteses con usted.	X		X		X		
17	Los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP tienen conocimientos suficientes para responder las preguntas de los operadores de comercio exterior.	X		X		X		
DIMENSIÓN 5								
18	Se da una atención personalizada a los operadores de comercio exterior en la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP	X		X		X		
19	La Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP tiene horarios de apertura o atención adecuados a los operadores de comercio exterior.	X		X		X		
20	La Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP cuenta con personal que ofrezca atención personalizada a los operadores de comercio exterior.	X		X		X		
21	Los servidores públicos de la IAAP se interesan por actuar del modo más conveniente para los operadores de comercio exterior.	X		X		X		
22	Los servidores públicos de la IAAP comprenden las necesidades específicas de los operadores de comercio exterior.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si existe suficiencia

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable** [X] **Aplicable después de corregir** [] **No aplicable** []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Mg. Corrales Otazu Christian David DNI: 42425479

Especialidad del validador: Posgrado en Derecho Tributario - Aduanero

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA: "Calidad del servicio"

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1								
1	Los módulos de atención de la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP cuentan con equipos modernos.	✓		✓		✓		
2	La Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP cuenta con instalaciones físicas visualmente atractivas.	✓		✓		✓		
3	Los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP que atienden a los usuarios tienen buena presencia.	✓		✓		✓		
4	Cuando los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP prometen hacer algo en una fecha determinada, lo cumplen.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 2								
5	Cuando los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP prometen hacer algo en una fecha determinada, lo cumplen.	✓		✓		✓		
6	Cuando un operador de comercio exterior tiene un problema, el servidor público de la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP muestra un sincero interés por solucionarlo.	✓		✓		✓		
7	Los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP realizan bien los servicios desde la primera vez.	✓		✓		✓		
8	Los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP concluyen el servicio en el tiempo o plazo prometido.	✓		✓		✓		
9	Los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP brindan el servicio en forma correcta o sin errores.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 3								
10	Los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP comunican con exactitud a los operadores de comercio exterior cuando se llevarán a cabo los servicios.	✓		✓		✓		
11	Los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP ofrecen un servicio rápido a los operadores de comercio exterior.	✓		✓		✓		
12	Los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP están siempre dispuestos a ayudar a los operadores de comercio exterior.	✓		✓		✓		
13	Los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP nunca están demasiado ocupados para responder las preguntas de los operadores de comercio exterior.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 4								
14	El comportamiento de los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP transmite confianza a los operadores de comercio exterior.	✓		✓		✓		
15	Se siente seguro en las transacciones o trámites que realiza con la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP.	✓		✓		✓		
16	Los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP suelen ser corteses con usted.	✓		✓		✓		
17	Los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP tienen conocimientos suficientes para responder las preguntas de los operadores de comercio exterior.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 5								
18	Se da una atención personalizada a los operadores de comercio exterior en la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP	✓		✓		✓		
19	La Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP tiene horarios de apertura o atención adecuados a los operadores de comercio exterior.	✓		✓		✓		
20	La Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP cuenta con personal que ofrezca atención personalizada a los operadores de comercio exterior.	✓		✓		✓		
21	Los servidores públicos de la IAAP se interesan por actuar del modo más conveniente para los operadores de comercio exterior.	✓		✓		✓		
22	Los servidores públicos de la IAAP comprenden las necesidades específicas de los operadores de comercio exterior.	✓		✓		✓		

 Observaciones (precisar si hay suficiencia): EXISTE SUFICIENCIA

 Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

 Apellidos y nombres del juez validador: Dr Mg: SORIA PEREZ YOLANDA FELICITAS DNI: 10590428

 Especialidad del validador: DR. ADMINISTRACION DE EDUCACION - METODOLOGA
¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



 Dra. Yolanda F. Soria Pérez

Asesora Pedagógica y de Investigación

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA: "Calidad del servicio"

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1								
1	Los módulos de atención de la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP cuentan con equipos modernos.	✓		✓		✓		
2	La Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP cuenta con instalaciones físicas visualmente atractivas.	✓		✓		✓		
3	Los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP que atienden a los usuarios tienen buena presencia.	✓		✓		✓		
4	Cuando los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP prometen hacer algo en una fecha determinada, lo cumplen.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 2								
5	Cuando los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP prometen hacer algo en una fecha determinada, lo cumplen.	✓		✓		✓		
6	Cuando un operador de comercio exterior tiene un problema, el servidor público de la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP muestra un sincero interés por solucionarlo.	✓		✓		✓		
7	Los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP realizan bien los servicios desde la primera vez.	✓		✓		✓		
8	Los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP concluyen el servicio en el tiempo o plazo prometido.	✓		✓		✓		
9	Los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP brindan el servicio en forma correcta o sin errores.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 3								
10	Los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP comunican con exactitud a los operadores de comercio exterior cuando se llevarán a cabo los servicios.	✓		✓		✓		
11	Los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP ofrecen un servicio rápido a los operadores de comercio exterior.	✓		✓		✓		
12	Los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP están siempre dispuestos a ayudar a los operadores de comercio exterior.	✓		✓		✓		
13	Los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP nunca están demasiado ocupados para responder las preguntas de los operadores de comercio exterior.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 4								
14	El comportamiento de los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP transmite confianza a los operadores de comercio exterior.	✓		✓		✓		
15	Se siente seguro en las transacciones o tramites que realiza con la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP.	✓		✓		✓		
16	Los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP suelen ser corteses con usted.	✓		✓		✓		
17	Los servidores públicos de la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP tienen conocimientos suficientes para responder las preguntas de los operadores de comercio exterior.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 5								
18	Se da una atención personalizada a los operadores de comercio exterior en la Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP.	✓		✓		✓		
19	La Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP tiene horarios de apertura o atención adecuados a los operadores de comercio exterior.	✓		✓		✓		
20	La Intendencia Aduana Aérea y Postal – IAAP cuenta con personal que ofrezca atención personalizada a los operadores de comercio exterior.	✓		✓		✓		
21	Los servidores públicos de la IAAP se interesan por actuar del modo más conveniente para los operadores de comercio exterior.	✓		✓		✓		
22	Los servidores públicos de la IAAP comprenden las necesidades específicas de los operadores de comercio exterior.	✓		✓		✓		

 Observaciones (precisar si hay suficiencia): SI HAY SUFICIENTE

 Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

 Apellidos y nombres del juez validador: Dr Mg. ALICIA ZAPATA NAEL DNI: 0.616.7282

 Especialidad del validador: METRODOLÓGICO
¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


 Firma del Experto Informante.

Apéndice 4

Base de Datos

Personas	EXPECTATIVAS DE LOS OPERADORES DE COMERCIO EXTERIOR																					T.							
	Elementos Tangibles					Fiabilidad					Capacidad de respuesta				Seguridad			Empatía											
	P. 1	P. 2	P. 3	P. 4	S. T.	P. 5	P. 6	P. 7	P. 8	P. 9	S. T.	P. 10	P. 11	P. 12	P. 13	S. T.	P. 14	P. 15	P. 16	P. 17	S. T.		P. 18	P. 19	P. 20	P. 21	P. 22	S. T.	
Pers. 1	4	4	5	4	17	6	5	6	5	6	28	5	7	7	7	6	25	4	6	6	6	22	7	6	6	7	7	33	125
Pers. 2	3	2	3	3	11	5	6	5	6	5	27	7	6	7	7	7	27	3	5	5	4	17	6	6	5	7	6	30	112
Pers. 3	4	6	5	3	18	5	6	6	5	6	28	5	6	7	6	6	24	3	3	4	5	15	7	5	7	7	7	33	118
Pers. 4	7	4	2	2	15	5	1	6	6	6	24	3	4	5	5	17	3	4	5	6	18	7	6	6	6	6	31	105	
Pers. 5	3	2	4	4	13	5	5	6	5	4	25	6	5	7	6	24	4	5	6	5	20	6	6	6	6	6	30	112	
Pers. 6	5	6	2	6	19	7	6	5	5	6	29	7	6	4	6	23	4	6	6	5	21	7	7	7	7	7	35	127	
Pers. 7	2	2	3	2	9	5	5	4	3	5	22	2	5	7	6	20	5	6	7	6	24	6	6	6	7	6	31	106	
Pers. 8	4	1	1	3	9	6	5	6	7	6	30	5	7	6	7	25	4	7	6	6	23	7	5	7	6	6	31	118	
Pers. 9	3	4	2	3	12	5	6	6	6	6	29	7	7	7	6	27	4	5	5	6	20	7	6	6	7	7	33	121	
Pers. 10	2	4	3	2	11	5	7	6	7	6	31	5	7	5	7	24	5	6	6	5	22	7	5	6	5	7	30	118	
Pers. 11	6	1	3	4	14	6	2	7	6	7	28	4	6	5	7	22	4	6	5	4	19	7	7	7	7	7	35	118	
Pers. 12	2	4	4	3	13	7	5	6	6	6	30	7	7	3	6	23	4	6	3	6	19	6	7	6	5	7	31	116	
Pers. 13	3	2	3	1	9	7	6	5	6	6	30	6	7	7	3	23	3	7	6	6	22	7	4	7	6	6	31	115	
Pers. 14	4	3	3	3	13	6	6	4	6	7	29	4	5	6	7	22	5	7	6	5	23	6	6	6	7	6	31	118	
Pers. 15	3	4	2	4	13	7	6	6	7	6	32	5	7	6	7	25	4	7	5	5	21	7	5	7	7	7	33	124	
Pers. 16	4	2	4	5	15	6	6	6	6	7	31	5	7	5	7	24	4	7	4	4	19	3	6	7	6	6	28	117	
Pers. 17	5	3	2	1	11	7	6	5	6	6	30	5	5	7	6	23	4	6	6	6	22	7	2	6	6	6	27	113	
Pers. 18	4	4	5	3	16	7	6	6	6	6	31	6	7	6	6	25	5	7	6	5	23	7	5	7	6	6	32	127	
Pers. 19	4	4	2	2	12	4	6	7	6	6	29	7	5	7	7	26	3	3	5	5	16	7	4	7	6	6	30	113	
Pers. 20	2	5	4	3	14	5	5	2	6	7	25	3	6	5	7	21	3	6	5	5	19	7	6	6	7	7	33	112	
Pers. 21	4	2	3	4	13	6	2	6	6	6	26	4	6	5	7	22	4	6	5	4	19	6	7	6	7	6	32	112	
Pers. 22	2	4	4	3	13	5	4	4	4	6	23	5	6	5	6	22	4	6	5	5	20	6	5	6	6	7	30	108	
Pers. 23	4	4	2	2	12	4	6	7	6	6	29	7	5	7	7	26	3	3	5	5	16	7	4	7	6	6	30	113	
Pers. 24	4	2	4	4	14	5	7	5	1	7	25	6	5	3	7	21	3	6	5	6	20	7	7	7	7	6	34	114	
Pers. 25	3	4	3	2	12	5	6	6	6	7	30	7	6	7	6	26	4	7	6	6	23	7	5	6	7	6	31	122	
Pers. 26	4	6	2	2	14	6	7	6	5	7	31	5	7	7	6	25	5	6	5	6	22	6	5	7	5	5	28	120	
Pers. 27	4	5	1	5	15	7	5	4	6	6	28	5	6	7	6	24	4	6	5	5	20	7	7	7	7	6	34	121	
Pers. 28	5	2	2	1	10	5	5	5	7	6	28	6	7	7	4	24	7	7	6	6	26	7	5	7	6	6	31	119	
Pers. 29	4	5	3	3	15	7	6	4	6	7	30	6	5	7	6	24	5	7	6	6	24	7	6	6	7	7	33	126	
Pers. 30	2	4	3	2	11	7	7	6	5	7	32	7	7	7	7	28	6	6	6	7	25	7	5	7	5	7	31	127	
Pers. 31	2	5	3	3	13	5	7	6	5	7	30	5	6	7	6	24	5	6	5	5	21	7	4	6	3	7	27	115	
Pers. 32	4	4	4	4	16	7	1	4	5	7	24	4	5	7	7	23	3	5	6	5	19	6	5	7	7	6	31	113	
Pers. 33	5	3	3	4	15	7	5	5	7	6	30	6	5	6	6	23	5	6	3	3	17	1	4	7	7	7	26	111	
Pers. 34	3	4	4	3	14	6	6	5	6	6	29	5	6	5	6	22	5	6	5	5	21	6	6	6	6	6	30	116	
Pers. 35	3	3	3	6	15	7	5	5	5	7	29	6	7	7	7	27	7	6	5	7	25	6	6	6	6	7	31	127	
Pers. 36	4	7	2	2	15	6	7	6	6	7	32	5	6	7	6	24	6	7	5	6	24	7	5	7	5	7	31	126	
Pers. 37	2	3	2	1	8	7	7	6	7	7	34	5	7	3	7	22	4	6	6	6	22	6	6	6	7	6	31	117	
Pers. 38	5	4	4	5	18	7	5	5	5	6	28	5	6	7	6	24	5	7	4	4	20	7	7	6	7	6	33	123	
Pers. 39	3	4	2	3	12	7	5	6	6	7	31	7	7	7	6	27	4	5	5	6	20	7	6	6	7	7	33	123	
Pers. 40	3	4	5	3	15	6	5	5	6	7	29	5	7	6	6	24	5	6	5	5	21	7	5	6	7	6	31	120	
Pers. 41	2	4	3	2	11	7	5	4	6	6	28	7	5	6	7	25	4	6	6	5	21	7	7	6	7	7	34	119	
Pers. 42	4	2	2	3	11	7	5	5	7	7	31	5	7	5	7	24	5	5	5	6	21	6	7	6	6	6	31	118	
Pers. 43	4	3	3	6	16	4	5	4	6	6	25	3	7	3	4	17	3	7	5	4	19	6	6	6	7	6	31	108	
Pers. 44	3	2	2	2	9	7	5	5	7	7	31	6	6	7	7	26	4	7	5	4	20	7	5	7	6	6	31	117	
Pers. 45	3	2	3	4	12	4	5	4	5	4	22	6	5	6	4	21	3	6	6	6	21	5	6	5	5	6	27	103	
Pers. 46	2	2	2	2	8	7	6	6	6	7	32	6	7	5	7	25	4	5	5	5	19	7	6	6	6	6	31	115	
Pers. 47	3	6	3	2	14	7	7	7	7	6	34	6	6	7	7	26	5	6	7	4	22	6	7	7	7	7	34	130	
Pers. 48	2	1	1	3	7	6	5	6	5	6	28	5	5	6	6	22	4	6	5	6	21	6	5	6	5	6	28	106	
Pers. 49	4	2	3	3	12	6	7	6	7	6	32	5	6	7	7	25	5	7	3	3	18	7	6	7	3	7	30	117	
Pers. 50	4	6	2	3	15	7	7	4	6	7	31	6	7	6	6	25	5	6	7	2	20	6	7	6	7	6	32	123	
Pers. 51	3	2	1	2	8	7	6	6	7	6	32	6	7	6	7	26	6	4	5	5	20	7	6	6	7	7	33	119	
Pers. 52	3	4	4	6	17	7	7	6	7	7	34	5	7	5	7	24	5	6	6	4	21	7	7	7	6	6	33	129	
Pers. 53	2	6	2	4	14	6	7	5	7	6	31	6	6	7	7	26	5	6	5	6	22	7	4	6	6	7	30	123	
Pers. 54	3	7	3	2	15	7	6	4	6	7	30	6	7	7	7	27	4	6	5	5	20	7	4	6	6	6	29	121	
Pers. 55	6	4	6	2	18	6	2	6	5	6	25	7	6	7	6	26	3	7	5	5	20	6	6	7	7	7	33	122	
Pers. 56	5	6	5	1	17	5	7	5	7	7	31	6	7	7	7	27	4	5	2	2	13	3	6	6	6	6	27	115	
Pers. 57	2	2	3	2	9	5	7	4	3	7	26	2	5	7	6	20	5	6	7	6	24	6	6	6	7	6	31	110	
Pers. 58	4	3	3	3	13	6	4	5	4	6	25	6	6	6	7	25	6	7	7	7	27	7	7	7	7	7	35	125	
Pers. 59	3	3	3	3	12	6	4	4	5	7	26	7	7	7	6	27	4	6	6	6	22	6	6	6	7	7	32	119	
Pers. 60	2	2	5	4	13	6	6	6	7	6	31	6	7	7	7	27	5	6	5	5	21	7	6	7	7	7	34	126	
Pers. 61	5	4	3	3	15	7	7	7	7	6	34	5	6	7	7	25	5	6	5	6	22	7	5	6	7	6	31	127	
Pers. 62	4	2	5	3	14	6	6	5	6	6	29	6	7	7	7	27	5	6	5	5	21	7	6	7	7	7	34	125	
Pers. 63	3	4	2	2	11	7	4	6	6	4	27	7	6																

Pers. 81	3	3	6	2	14	4	6	4	6	4	24	6	7	5	7	25	5	5	5	5	20	6	6	6	6	6	30	113
Pers. 82	2	2	7	5	16	4	4	5	6	5	24	6	7	7	7	27	3	7	4	5	19	7	7	6	7	4	31	117
Pers. 83	4	2	2	4	12	4	4	6	6	5	25	7	7	7	7	28	5	7	5	5	22	7	5	7	7	7	33	120
Pers. 84	3	4	2	2	11	5	3	4	6	5	23	3	4	5	5	17	3	4	5	6	18	7	6	6	6	6	31	100
Pers. 85	3	1	4	4	12	6	6	6	3	6	27	4	7	5	7	23	4	6	4	5	19	7	4	6	6	5	28	109
Pers. 86	2	2	4	3	11	5	4	5	4	4	22	6	7	6	6	25	6	3	5	3	17	3	6	7	7	7	30	105
Pers. 87	3	4	3	5	15	6	3	4	4	6	23	5	7	6	7	25	3	7	5	4	19	7	6	3	7	6	29	111
Pers. 88	2	5	6	3	16	4	4	6	4	4	22	6	7	6	6	25	5	7	5	5	22	6	7	7	5	7	32	117
Pers. 89	3	6	5	6	20	4	4	5	6	6	25	5	7	7	7	26	5	6	5	6	22	6	6	6	6	6	30	123
Pers. 90	6	3	3	5	17	6	4	6	5	6	27	6	7	5	6	24	6	7	4	1	18	7	5	7	6	7	32	118
Pers. 91	3	2	4	6	15	6	4	4	4	4	22	5	6	6	7	24	5	7	5	5	22	6	7	6	6	6	31	114
Pers. 92	5	1	5	7	18	6	4	4	5	4	23	6	7	7	6	26	3	5	5	5	18	7	6	7	7	6	33	118
Pers. 93	4	6	5	3	18	6	5	4	5	6	26	5	6	7	6	24	3	3	4	5	15	7	5	7	7	7	33	116
Pers. 94	5	2	7	3	17	4	6	5	4	7	26	6	7	7	7	27	3	3	4	5	15	7	3	6	6	6	28	113
Pers. 95	4	3	5	4	16	6	4	6	6	6	28	5	7	6	6	24	5	7	4	5	21	6	5	6	6	7	30	119
Pers. 96	2	4	4	4	14	5	4	3	4	6	22	5	5	6	6	22	3	7	6	6	22	7	6	7	6	6	32	112
Pers. 97	6	2	6	5	19	4	4	4	4	6	22	4	7	5	6	22	3	4	5	5	17	7	7	6	7	7	34	114
Pers. 98	3	3	5	6	17	6	4	4	4	4	22	5	7	7	7	26	4	7	6	5	22	6	5	7	5	6	29	116
Pers. 99	3	3	4	5	15	4	6	6	4	6	26	6	7	7	6	26	5	6	5	6	22	6	5	6	7	7	31	120
Pers. 100	5	4	5	2	16	6	4	5	4	4	23	5	6	7	7	25	5	7	6	5	23	6	7	6	4	6	29	116
Pers. 101	5	3	6	2	16	5	4	5	5	6	25	5	7	5	6	23	4	5	5	5	19	7	5	7	7	7	33	116
Pers. 102	3	2	3	3	11	5	4	5	6	4	24	7	6	6	7	26	4	5	5	4	18	6	6	5	7	6	30	109
Pers. 103	4	2	7	4	17	5	6	4	4	6	25	4	7	4	6	21	3	3	6	5	17	6	7	7	6	6	32	112
Pers. 104	5	3	2	1	11	5	4	4	4	4	21	5	7	7	7	26	2	7	6	6	21	7	4	7	7	7	32	111
Pers. 105	2	2	4	6	14	3	5	4	4	6	22	3	5	7	4	19	5	6	5	5	21	7	7	6	4	6	30	106
Pers. 106	3	2	5	2	13	6	5	4	4	5	24	4	6	6	6	22	4	6	5	6	21	6	6	7	7	7	33	113
Pers. 107	3	2	3	4	12	6	5	6	4	4	25	5	7	7	7	26	4	7	4	5	20	7	6	6	7	4	30	113
Pers. 108	5	3	2	4	14	6	5	5	6	6	28	5	5	7	6	23	4	6	6	6	22	7	2	6	6	6	27	114
Pers. 109	6	2	4	5	17	6	5	4	4	6	25	5	7	7	7	26	3	7	5	6	21	7	5	6	7	7	32	121
Pers. 110	4	3	5	5	17	5	4	4	4	6	23	5	7	6	6	24	4	5	6	5	20	6	6	7	6	4	29	113
Pers. 111	3	2	4	4	13	6	5	4	5	6	26	6	5	5	6	22	4	5	6	5	20	6	5	6	5	6	28	109
Pers. 112	3	3	5	4	15	4	4	5	4	6	23	5	7	7	6	25	6	6	4	6	22	7	5	7	6	7	32	117
Pers. 113	2	4	4	3	13	6	4	6	6	4	26	5	7	6	7	25	4	6	5	6	21	7	4	6	7	6	30	115
Pers. 114	3	2	6	5	16	4	6	5	5	6	26	5	7	7	6	25	4	7	6	5	22	6	6	7	6	6	31	120
Pers. 115	4	3	4	3	14	6	5	6	5	6	28	5	6	5	6	22	4	4	4	4	16	3	4	4	4	4	19	99
Pers. 116	1	2	4	5	12	7	4	6	6	4	27	3	7	7	7	24	3	7	5	5	20	7	4	7	7	7	32	115
Pers. 117	3	2	1	4	10	6	4	3	6	6	25	4	6	7	7	24	4	6	5	6	21	7	6	6	6	6	31	111
Pers. 118	5	2	5	7	19	6	5	5	5	6	27	4	5	6	6	21	2	7	2	2	13	2	3	2	6	6	19	99
Pers. 119	1	4	6	4	15	4	4	6	5	4	23	4	7	6	6	23	5	7	5	4	21	7	7	7	5	6	32	114
Pers. 120	3	4	2	4	13	4	6	5	5	6	26	5	7	6	7	25	4	7	5	5	21	7	5	7	7	7	33	118

Personas	PERCEPCIONES DE LOS OPERADORES DE COMERCIO EXTERIOR																												T.
	Elementos Tangibles					Fiabilidad					Capacidad de respuesta					Seguridad					Empatía								
	P. 1	P. 2	P. 3	P. 4	S. T.	P. 5	P. 6	P. 7	P. 8	P. 9	S. T.	P. 10	P. 11	P. 12	P. 13	S. T.	P. 14	P. 15	P. 16	P. 17	S. T.	P. 18	P. 19	P. 20	P. 21	P. 22	S. T.		
Pers. 1	6	6	7	6	25	4	5	4	4	22	4	4	4	5	17	3	4	4	3	14	3	4	4	3	3	3	3	16	94
Pers. 2	5	4	6	6	21	3	4	2	3	3	15	3	2	3	3	11	3	3	4	2	12	3	3	2	2	3	13	72	
Pers. 3	6	6	6	6	24	4	5	3	3	4	19	4	3	3	3	13	2	3	3	2	10	3	3	2	3	2	13	79	
Pers. 4	4	3	5	6	18	4	3	3	4	3	17	3	4	3	3	13	3	4	4	3	14	3	4	3	2	2	14	76	
Pers. 5	5	5	7	6	23	3	4	4	5	4	20	4	3	3	4	14	3	2	3	3	11	4	3	3	3	2	15	83	
Pers. 6	6	4	5	6	21	5	5	4	5	4	23	5	5	5	4	19	4	5	5	4	18	4	3	3	3	4	17	98	
Pers. 7	4	5	4	3	16	4	5	3	2	4	18	2	3	3	4	12	4	4	4	4	16	3	4	3	3	3	16	78	
Pers. 8	6	4	6	4	20	4	4	3	4	3	18	4	4	3	3	14	3	2	3	3	11	4	3	3	3	3	16	79	
Pers. 9	5	3	7	6	21	5	5	4	6	4	24	6	6	5	5	22	5	4	4	5	18	4	4	3	3	4	18	103	
Pers. 10	4	5	5	5	19	4	3	4	3	3	17	4	3	2	3	12	3	2	3	3	11	3	3	4	3	3	16	75	
Pers. 11	6	4	6	3	19	4	3	4	4	4	19	3	4	4	3	14	3	3	3	3	12	3	2	3	3	4	15	79	
Pers. 12	4	5	6	5	20	4	3	4	3	4	18	6	5	4	5	20	5	4	3	4	16	4	3	3	4	4	18	92	
Pers. 13	5	5	7	3	20	5	5	5	4	5	24	5	4	4	4	17	3	3	2	2	10	2	3	2	3	3	13	84	
Pers. 14	6	5	5	5	21	3	4	3	2	3	15	4	5	4	4	17	4	3	3	3	13	5	4	5	5	4	23	89	
Pers. 15	5	6	5	5	21	4	3	4	3	3	17	3	4	4	3	14	4	5	5	4	18	3	4	3	3	3	16	86	
Pers. 16	6	5	6	5	22	3	4	4	4	4	19	4	5	5	4	18	4	4	3	4	15	3	2	4	2	2	13	87	
Pers. 17	6	5	6	6	23	4	4	3	4	5	20	5	6	6	5	22	4	4	5	5	18	4	3	4	4	4	19	102	
Pers. 18	6	6	6	6	24	5	4	5	5	5	24	4	5	4	4	17	4	5	4	4	17	4	3	4	3	3	17	99	
Pers. 19	5	6	7	6	24	3	4	4	3	3	17	2	3	3	2	10	3	3	4	3	13	3	4	2	2	3	14	78	
Pers. 20	6	6	4	5	21	5	4	5	4	4	22	5	5	5	4	19	3	4	4	3	14	3	2	4	3	4	16	92	
Pers. 21	6	4	5	5	20	4	3	4	3	3	17	3	4	3	2	12	3	2	3	2	10	3	2	2	2	3	12	71	
Pers. 22	2	3	3	4	12	5	4	4	5	4	22	4	5	4	4	17	6	5	4	3	18	4	4	4	3	3	18	87	
Pers. 23	6	6	4	5	21	5	4	5	4	4	22	5	5	5	4	19	3												

Pers. 41	5	7	5	5	22	4	4	4	3	5	20	4	4	4	5	17	4	4	5	5	18	4	3	3	4	3	17	94
Pers. 42	4	4	5	5	18	4	5	5	4	5	23	4	5	5	5	19	4	5	5	5	19	5	4	4	3	3	19	98
Pers. 43	4	5	6	2	17	4	2	5	4	2	17	4	2	5	2	13	4	2	2	2	10	5	4	5	5	5	24	81
Pers. 44	5	4	4	4	17	3	4	2	4	4	17	3	4	2	4	13	3	4	4	4	15	2	4	2	3	3	14	76
Pers. 45	4	5	4	5	18	4	4	3	4	4	19	4	4	5	4	17	5	4	5	5	19	4	3	4	3	3	17	90
Pers. 46	5	4	5	6	20	5	5	4	3	5	22	4	4	4	5	17	4	4	5	5	18	4	3	3	3	4	17	94
Pers. 47	5	6	4	3	18	4	5	3	4	5	21	4	5	5	5	19	4	5	5	5	19	3	4	3	3	3	16	93
Pers. 48	3	3	3	4	13	4	4	4	3	4	19	3	2	3	2	10	2	2	2	3	9	4	3	4	3	3	17	68
Pers. 49	5	4	4	4	17	3	3	4	3	4	17	3	3	4	4	14	3	3	4	4	14	3	3	4	3	3	16	78
Pers. 50	5	7	6	2	20	4	2	5	4	2	17	4	2	5	2	13	4	2	2	2	10	5	4	5	5	5	24	84
Pers. 51	5	4	4	3	16	3	4	3	3	4	17	3	3	3	4	13	4	3	3	4	14	3	2	2	3	3	13	73
Pers. 52	5	4	3	4	16	4	5	4	4	3	20	3	4	3	2	12	3	3	4	3	13	3	3	2	4	3	15	76
Pers. 53	5	7	5	5	22	4	5	4	5	5	23	5	4	4	5	18	5	4	4	3	16	3	3	4	6	5	21	100
Pers. 54	6	6	4	5	21	3	2	4	2	3	14	3	4	4	4	15	4	4	3	4	15	3	3	3	3	2	14	79
Pers. 55	5	5	6	3	19	3	4	6	4	3	20	3	4	6	3	16	3	4	3	3	13	6	4	6	6	5	27	95
Pers. 56	7	7	6	6	26	4	3	3	3	4	17	3	2	3	3	11	4	3	2	2	11	3	3	4	3	2	15	80
Pers. 57	4	5	5	5	19	5	5	4	5	6	25	4	4	4	3	15	4	5	4	3	16	4	3	3	3	3	16	91
Pers. 58	4	4	5	4	17	5	6	5	5	6	27	4	4	5	4	14	4	3	4	3	14	4	3	3	2	3	15	90
Pers. 59	5	5	4	3	17	3	4	3	3	4	17	3	3	3	4	13	4	3	3	4	14	3	2	4	3	3	15	76
Pers. 60	4	5	3	4	16	4	5	4	4	3	20	3	4	3	2	12	3	3	4	3	13	3	3	2	4	2	14	75
Pers. 61	6	5	2	5	18	4	2	4	2	5	17	2	4	3	4	13	4	3	3	4	14	3	2	4	4	3	16	78
Pers. 62	6	4	4	3	17	3	4	3	3	3	16	4	4	3	2	13	3	3	4	3	13	3	3	2	3	3	14	73
Pers. 63	5	4	2	5	16	4	2	4	2	5	17	2	4	2	5	13	4	2	4	2	12	5	2	5	5	4	21	79
Pers. 64	5	3	4	3	15	3	4	3	3	3	16	4	4	4	3	15	3	4	3	3	13	3	4	4	4	4	19	78
Pers. 65	5	3	5	4	17	4	3	3	4	3	17	2	3	5	4	14	4	3	3	4	14	3	2	3	3	4	15	77
Pers. 66	4	5	5	6	20	6	6	6	6	5	29	4	5	4	5	18	5	4	4	3	16	4	3	3	2	4	16	99
Pers. 67	5	4	3	2	14	4	4	4	2	3	17	3	4	3	4	14	3	2	2	3	10	1	2	1	2	3	9	64
Pers. 68	7	6	4	4	21	3	4	4	3	4	17	3	3	4	4	14	3	3	4	4	14	3	3	4	3	3	16	82
Pers. 69	3	6	5	5	19	4	4	4	3	3	18	5	4	4	4	17	5	4	4	5	18	5	3	3	4	3	18	90
Pers. 70	5	5	5	4	19	3	4	2	4	4	17	5	4	5	5	19	5	4	5	5	19	5	4	2	3	3	17	91
Pers. 71	6	5	6	6	23	4	6	4	3	6	23	4	6	4	6	20	4	6	6	6	22	4	3	4	4	3	18	106
Pers. 72	4	4	4	3	15	3	4	3	5	4	19	4	4	5	4	17	4	5	5	3	17	6	4	6	6	5	27	95
Pers. 73	5	4	6	4	19	4	3	4	5	4	20	5	5	5	4	19	5	5	5	2	17	3	3	4	3	2	15	90
Pers. 74	5	6	6	3	20	3	4	6	4	3	20	3	4	6	3	16	3	4	3	3	13	6	4	6	6	5	27	96
Pers. 75	5	5	5	4	19	4	4	5	4	5	22	4	4	3	4	15	3	3	2	1	9	3	1	3	1	2	10	75
Pers. 76	5	5	4	4	18	3	3	4	3	4	17	3	3	4	4	14	3	3	4	4	14	3	3	4	3	3	16	79
Pers. 77	6	4	5	5	20	4	4	3	5	4	20	4	4	5	4	17	4	5	5	5	19	4	3	3	4	3	17	93
Pers. 78	5	6	5	5	21	4	5	4	5	4	22	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20	5	4	4	3	3	19	101
Pers. 79	5	5	6	4	20	3	4	2	4	4	17	3	4	2	4	13	3	4	4	4	15	2	4	2	3	3	14	79
Pers. 80	4	4	6	5	19	4	2	4	2	5	17	2	4	4	6	16	4	6	6	6	22	4	3	4	4	3	18	92
Pers. 81	5	5	6	5	21	4	2	3	5	4	18	4	4	5	4	17	4	5	5	3	17	6	4	6	6	5	27	100
Pers. 82	4	3	4	3	14	3	4	4	5	4	20	5	5	5	4	19	5	5	5	2	17	3	3	4	3	2	15	85
Pers. 83	6	4	5	4	19	4	3	3	4	3	17	2	3	6	3	14	3	4	3	3	13	6	4	6	6	5	27	90
Pers. 84	6	6	6	6	24	5	3	3	3	3	17	3	4	2	3	12	3	3	3	4	13	4	2	4	2	4	16	82
Pers. 85	5	3	6	2	16	4	2	5	4	2	17	4	2	5	2	13	4	2	2	2	10	5	4	5	5	5	24	80
Pers. 86	3	5	4	4	16	3	4	2	4	4	17	3	4	2	4	13	3	4	4	4	15	2	4	2	3	3	14	75
Pers. 87	5	5	6	6	22	4	6	4	3	6	23	3	5	4	4	16	4	5	4	4	17	5	5	4	4	3	21	99
Pers. 88	5	7	2	5	19	4	4	4	5	4	21	4	5	4	5	18	5	5	4	5	19	5	5	5	4	3	22	99
Pers. 89	5	7	4	4	20	5	4	4	5	5	23	4	3	5	5	17	5	5	5	4	19	5	5	5	5	4	24	103
Pers. 90	5	5	5	5	20	5	4	3	5	4	21	4	4	5	4	17	4	5	5	3	17	4	4	4	2	4	18	93
Pers. 91	5	4	4	2	15	4	3	4	5	4	20	5	5	5	4	19	5	5	5	4	19	6	6	6	4	3	25	98
Pers. 92	6	3	4	4	17	6	4	6	6	6	28	4	3	4	4	15	6	4	6	6	22	6	4	3	3	2	18	100
Pers. 93	4	6	5	4	19	3	4	2	4	6	19	3	2	4	3	12	4	4	4	4	16	4	3	4	4	3	18	84
Pers. 94	4	5	6	6	21	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	16	5	4	4	5	18	5	3	2	3	2	15	91
Pers. 95	5	4	5	6	20	4	4	5	5	5	23	4	4	5	5	18	5	4	5	5	19	5	4	3	2	2	16	96
Pers. 96	4	6	7	6	23	3	4	3	4	2	16	4	4	3	4	15	2	4	3	4	13	4	3	3	2	2	15	82
Pers. 97	7	5	5	6	23	5	5	2	4	4	20	6	5	2	4	17	4	6	4	6	20	6	3	3	3	4	19	99
Pers. 98	5	6	6	6	23	5	6	5	4	5	25	5	5	4	5	19	4	4	5	4	17	3	3	2	3	3	14	98
Pers. 99	5	5	6	4	20	3	3	3	2	3	14	4	4	3	3	14	3	2	3	3	11	2	3	3	2	3	13	72
Pers. 100	7	6	6	4	23	4	3	3	3	4	17	3	3	4	3	13	3	3	4	4	14	3	3	4	3	2	15	82
Pers. 101	5	5	6	3	19	3	3	4	3	5	18	4	4	3	3	14	4	3	2	3	12	3	4	3	3	3	16	79
Pers. 102	4	5	5	4	18	4	4	3	3	4	18	4	4	4	3	15	3	5	5	3	16	4	4	3	4	3	18	85
Pers. 103	4	4	6	4	18	4	5	4	4	4	21	5	4	5	4	18	4	4	5	4	17	4	5	5	3	3	20	94
Pers. 104	6	6	5	5	22	5	4	4	5	4	22	4	4	5	4	17	5	5	5	4	19	5	5	5	3	4	22	102
Pers. 105	5	6	2	3	16	3	2	3	3	3	14	3	3	3	4	13	3	4	2	4	13	3	4	4	3	3	17	73
Pers. 106	5																											

Apéndice 5

Piloto de Cronbach

Nivel de Expectativas:

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
Persona 1	4	4	5	4	6	7	6	7	6	5	7	7	6	4	6	6	6	7	6	6	7	7
Persona 2	3	2	3	3	7	6	5	6	7	7	6	6	7	4	5	5	4	6	6	5	7	6
Persona 3	4	6	5	3	7	7	7	5	6	5	6	7	6	3	3	4	5	7	5	7	7	7
Persona 4	3	4	2	2	5	3	4	6	5	3	4	5	5	3	4	5	6	7	6	6	6	6
Persona 5	3	2	4	4	6	5	6	5	6	6	5	5	6	4	5	6	5	6	5	6	5	6
Persona 6	5	6	4	6	7	6	7	7	6	7	6	7	6	7	6	6	5	7	7	7	7	7
Persona 7	2	2	3	2	5	7	4	3	7	2	5	7	6	5	6	7	6	6	6	6	7	6
Persona 8	2	1	1	3	6	5	6	5	6	5	5	6	6	4	6	5	6	6	5	6	5	6
Persona 9	3	4	2	3	7	7	6	6	7	7	7	7	6	4	5	5	6	7	6	6	7	7
Persona 10	2	4	3	2	7	7	6	7	7	7	7	7	7	6	6	6	7	7	5	7	5	7
Persona 11	4	2	3	4	6	2	6	7	6	4	6	5	7	4	6	5	4	6	7	6	7	6
Persona 12	2	4	4	3	5	4	4	4	6	5	6	5	6	4	6	5	5	6	5	6	6	7
Persona 13	3	2	3	4	4	5	4	5	4	6	5	6	4	3	6	6	6	5	6	5	5	6
Persona 14	4	3	3	3	6	6	5	6	6	6	6	6	7	6	7	7	7	7	7	7	7	7
Persona 15	3	4	2	4	7	7	6	7	6	5	7	6	7	4	7	5	5	7	5	7	7	7
Persona 16	4	3	4	3	6	5	6	5	6	5	6	5	6	4	4	4	4	3	4	4	4	4
Persona 17	5	3	2	4	7	7	5	6	6	5	5	7	6	4	6	6	6	7	2	6	6	6
Persona 18	4	5	5	4	7	7	6	7	6	6	7	6	6	6	7	6	6	7	6	7	7	6
Persona 19	4	4	2	2	4	6	7	6	6	7	5	7	7	3	3	5	5	7	4	7	6	6
Persona 20	3	4	4	3	6	6	5	6	6	5	6	5	6	5	6	5	5	6	6	6	6	6

Nivel de Percepciones:

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
Persona 1	6	6	6	6	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4
Persona 2	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	5	5	3	4	4	3	4	3
Persona 3	4	6	5	4	3	4	2	4	6	3	2	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3
Persona 4	6	6	6	6	5	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	4	4	2	4	2	4
Persona 5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	3	3	2	1	3	1	3	1	2
Persona 6	4	5	5	6	6	6	6	6	5	4	5	4	5	5	4	4	3	4	3	3	2	4
Persona 7	4	5	5	5	5	5	4	5	6	4	4	4	3	4	5	4	3	4	3	3	3	3
Persona 8	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	2	3	2	2	2	2	3	4	3	4	3	3
Persona 9	5	5	6	6	6	6	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4
Persona 10	5	4	6	6	4	3	4	4	5	4	3	4	5	6	6	6	5	5	5	5	4	4
Persona 11	6	4	5	5	4	3	4	3	3	3	4	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3
Persona 12	2	3	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	6	5	4	3	4	4	4	3	3
Persona 13	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	3	4	3	3
Persona 14	4	4	5	4	5	6	5	5	6	4	4	5	4	4	3	4	3	4	3	3	2	3
Persona 15	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	3	4	3	3	2	3	4	3	4	3	3	2
Persona 16	5	5	6	5	5	4	6	5	5	6	5	4	5	5	5	4	4	3	2	3	4	4
Persona 17	5	4	4	6	6	5	4	4	3	4	3	5	4	4	3	3	3	3	2	2	3	2
Persona 18	5	4	3	2	4	4	4	2	3	3	4	3	4	3	2	2	3	1	2	1	2	3
Persona 19	6	6	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	3	4	4	3	3	2	4	3	4
Persona 20	5	6	6	6	5	6	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	3	3	2	3	3

Apéndice 6

Artículo Científico

Calidad de servicio desde la perspectiva de los Operadores de Comercio Exterior en la Aduana Aérea y Postal del Callao

Jeffer Alonso Luna Calderón

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo determinar el nivel de Calidad del servicio que se brinda a los Operadores de Comercio Exterior en la Aduana Aérea y Postal del Callao – IAAP, entidad pública perteneciente a la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria – SUNAT.

La investigación de tipo básica con nivel descriptivo y teniendo un enfoque cuantitativo con una muestra de estudio de conformada por 120 Operadores de Comercio Exterior, recurriendo al modelo SERVQUAL, en el cual se miden las expectativas que los usuarios esperan recibir y se mide la percepción de los usuarios después de recibir los servicios. De la diferencia o resta de percepciones y expectativas se obtuvo la Calidad del servicio considerándose tres niveles: alto, medio y bajo.

Con relación al objetivo general de determinar el nivel de calidad percibida por los Operadores de Comercio Exterior frente a los servicios que ofrece la Aduana Aérea y Postal del Callao, y después del análisis y procesamiento de datos se obtuvo que para un 68.86% la Calidad del servicio es baja o no satisfecha.

Palabras claves: Calidad del servicio, expectativa, percepción, modelo SERVQUAL, elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

Abstract

This research aimed to determine the level of quality of service provided to operators in Foreign Trade and Customs Administration Air Postcard Callao - IAAP, belonging to the National Customs and Tax Administration public entity - SUNAT.

The research was conducted under the descriptive design, with a quantitative approach with a study sample comprised 120 Foreign Trade Operators, using the model SERVQUAL, which are measured expectations that users expect to receive and the perception is measured users after receiving services. Or subtracts the difference of perceptions and expectations of service quality was obtained considering three levels: high, medium and low.

With regard to the overall objective of determining the level of quality perceived by Foreign Trade Operators front of the services offered by Air Customs Administration and Postal Callao, and after analysis and data processing was obtained that for a 68.86% Quality the service is low or not satisfied.

Keywords: Quality of service, expectation, perception, SERVQUAL model, tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy.

Introducción

Las Administraciones Aduaneras constituyen uno de los pilares fundamentales en el desarrollo del comercio exterior, pues parten de estas las gestiones necesarias que garanticen que los flujos comercial del país al exterior y de manera inversa del exterior al país.

Como menciona Ivancevich (1996) en su libro: Gestión, calidad y competitividad, la competitividad nacional vendría a ser la medida en que un país está en la capacidad de producir bienes y servicios en un contexto de mercado libre. Además de superar e integrarse en los mercados internacionales generando a su vez la rentabilidad real de su población.

Es de conocimiento que el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez es el segundo medio por donde se realizan las mayores transacciones comerciales del

país después de los puertos marítimos del Callao y el único terminal aéreo en la capital para las operaciones comerciales internacionales. Es además el principal punto de ingreso de turistas nacionales al país y teniendo en consideración que el aeropuerto cuya concesión la tiene la empresa Lima Airport Partners – LAP en contrato con el estado peruano tiene previsto para los próximos años la ampliación del aeropuerto mediante la construcción de un segundo terminal de pasajeros y una segunda pista de aterrizaje. El nuevo contexto demandará nuevos desafíos y cambios donde la administración aduanera tiene que estar a la altura de los flujos comerciales y de pasajeros manteniendo estándares de calidad que permitan satisfacer las necesidades de quienes operan en el aeropuerto.

Por otro lado, si bien existen bastantes estudios sobre la calidad del servicio en el ámbito de los organismos públicos, no se hallaron estudios previos específicos al contexto de las administraciones aduaneras y la calidad de los usuarios que reciben los servicios. No obstante algunos autores muestran algunas aproximaciones.

Verano y Milla (2009) en su tesis Sistema de Administración y Control de Garantías cuyo ámbito de estudio tuvo a la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria – SUNAT plantean como recomendación que el incremento de la calidad y eficacia en la institución tomará cada vez mayor importancia siempre que esté acorde con el incremento de la capacidad competitiva de sus trabajadores y del compromiso que estos mantienen con su institución. Añaden además el aprovechamiento del marco normativo y respaldo político para la integración con el sector privado con el objetivo de simplificar los trámites y procesos de la SUNAT.

Ontón, Medoza & Ponce (2010) en su estudio descriptivo acerca de calidad de servicio en el aeropuerto de Lima utilizaron el modelo SERVQUAL de Parasuraman Zeithaml & Berry (1998) para el análisis de la calidad del servicio al cliente y determina que es indispensable el estudio de la calidad de servicio. La investigación de los autores se centró en las dimensiones de la calidad, es decir los atributos o criterios que los clientes usan para evaluar el servicio que adquieren, resaltando en el resultado de su investigación fiabilidad y seguridad en el servicio tuvieron un mayor valor.

Morales y Bastida (2008) en su investigación de carácter descriptiva en el cual utilizaron el cuestionario del modelo SERVQUAL y que tuvo como objetivo determinar el nivel de satisfacción de los usuarios contribuyentes del Sistema de Administración Tributaria – SAT concluyó que en los módulos de atención la calidad del servicio era deficiente y que las expectativas de los contribuyentes no estaban del todo cubiertas. Por otro lado su investigación determinó que las variables más importantes para los usuarios en el siguiente orden de prioridad son: Seguridad, Fiabilidad, y Capacidad de respuesta; restándoles menor atención a las variables: Aspectos tangibles y Empatía.

La problemática motivo de la presente investigación son apreciables. En principio se tiene que son numerosas las investigaciones que demuestran que los países con economías orientadas hacia una mayor libertad de comercio exterior tienden a crecer con mayor rapidez que los demás países con restricciones a la apertura del comercio mundial. Por lo tanto para que una economía pueda experimentar un crecimiento sostenido, debe estar abierta al comercio con el resto del mundo. Es además preciso indicar que en los últimos tiempos no se ha apreciado países que hayan mejorado sustancialmente su desarrollo y por ende el nivel de vida de sus habitantes sin que haya planteado reformas necesarias para la apertura de sus economías e insertarlas en un mundo cada vez más globalizado.

La SUNAT a través de la Superintendencia Nacional Adjunta de Aduanas es la encargada de la administración aduanera en el Perú y como su propia ley lo indica se rigen por los principios de facilitación del comercio exterior, y la gestión de calidad acorde con el uso de estándares internacionales; en este sentido si estos dos principios no se cumplen generarían un entorno poco propicio para los usuarios de comercio exterior, entendiéndose como tal a los importadores, exportadores, agencias de aduanas, almacenes de aduanas entre otros, quienes estarían recibiendo un servicio deficiente generando en ellos aspectos negativos como costos elevados, tiempos de atención largos, trámites engorrosos, documentación solicitada innecesaria, infraestructura inadecuada , así como sistemas informáticos desactualizados.

Problema General

¿Cuál es el nivel de calidad percibida por los Operadores de Comercio Exterior frente a los servicios que ofrece la Aduana Aérea y Postal del Callao?

Problemas Específicos

¿Cuál es el nivel de calidad de servicio percibida por los Operadores de Comercio Exterior frente a los elementos tangibles brindados en la Aduana Aérea y Postal del Callao?

¿Cuál es el nivel de calidad percibida por los Operadores de Comercio Exterior frente a la fiabilidad en los servicios brindados en la Aduana Aérea y Postal del Callao?

¿Cuál es el nivel de calidad percibida por los Operadores de Comercio Exterior frente a la capacidad de respuesta en los servicios brindados en la Aduana Aérea y Postal del Callao?

¿Cuál es el nivel de calidad percibida por los Operadores de Comercio Exterior frente a la seguridad en los servicios brindados en la Aduana Aérea y Postal del Callao?

¿Cuál es el nivel de calidad percibida por los Operadores de Comercio Exterior frente a la empatía en los servicios brindados en la Aduana Aérea y Postal del Callao?

Objetivo General

Determinar el nivel de calidad percibida por los Operadores de Comercio Exterior frente a los servicios que ofrece la Aduana Aérea y Postal del Callao.

Objetivos Específicos

Determinar el nivel de calidad de servicio percibida por los Operadores de Comercio Exterior frente a los elementos tangibles brindados en la Aduana Aérea y Postal del Callao.

Determinar el nivel de calidad percibida por los Operadores de Comercio Exterior frente a la fiabilidad en los servicios brindados en la Aduana Aérea y Postal del Callao.

Determinar el nivel de calidad percibida por los Operadores de Comercio Exterior frente a la capacidad de respuesta en los servicios brindados en la Aduana Aérea y Postal del Callao.

Determinar el nivel de calidad percibida por los Operadores de Comercio Exterior frente a la seguridad en los servicios brindados en la Aduana Aérea y Postal del Callao.

Determinar el nivel de calidad percibida por los Operadores de Comercio Exterior frente a la empatía en los servicios brindados en la Aduana Aérea y Postal del Callao.

Metodología

El tipo de estudio es descriptivo con enfoque cuantitativo, siendo la variable en estudio la “Calidad del servicio”, para lo cual se optó por el método SERVQUAL en su estudio el cual mide las expectativas y percepciones de los usuarios utilizando como instrumento el cuestionario de 22 preguntas divididas en cinco dimensiones: 1. Elemento tangibles, 2. Fiabilidad, 3. Capacidad de respuesta, 4. Seguridad, 5. Empatía. La técnica de recolección de datos utilizada fue la encuesta en una población de 120 Operadores de Comercio Exterior.

Para el análisis e interpretación de datos se tuvo en cuenta que:

Calidad del Servicio = Percepciones – Expectativas

Además, de la formula anterior se pueden obtener tres posibles resultados:

4. Expectativas > Percepciones = Bajo nivel de calidad del servicio

5. Expectativas < Percepciones = Alto nivel de calidad del servicio

6. Expectativas = Percepciones = Regular o modesto nivel de calidad del servicio

Resultados

Con relación al objetivo general de determinar el nivel de calidad percibida por los Operadores de Comercio Exterior frente a los servicios que ofrece la Aduana Aérea y Postal del Callao, y después del análisis y procesamiento de datos se obtuvo que para un 68.86% la Calidad del servicio es baja o no satisfecha, frente a un 18.86% que percibió una Calidad del servicio alta o superada, y un 12.27% que señaló que la Calidad del servicio es media o se encontraban modestamente satisfechos. De lo anterior dicho se obtuvo un resultado negativo de -1.21.

Discusión

Los resultados muestran que en general las “Expectativas” de los Operadores de Comercio Exterior son superiores a las “Percepciones” obteniéndose valores de 5.3 y 4.2 respectivamente. De la resta de los dos factores antes mencionados (Percepciones - Expectativas) se obtuvo la calidad de servicio ofrecida a los operadores teniendo un resultado negativo de -1.21, determinándose en general el bajo nivel de calidad del servicio dado en la Aduana Aérea y Postal del Callao en donde las Expectativas de los usuarios no han sido del todo satisfechas.

Conclusión

Teniendo en consideración las conclusión general donde se determina que en la calidad del servicio brindada a los Operadores de Comercio Exterior en la Aduana Aérea y Postal del Callao tiene un nivel bajo con un alto grado de insatisfacción de las expectativas o expectativas mayores a las percepciones, por lo tanto se recomienda mejorar la calidad de los servicios a través de la revisión de las políticas actuales de gestión de calidad teniendo un enfoque en la satisfacción de los operadores, esto implica la revisión de los procesos internos actuales, por otro lado se requiere la capacitación y compromiso de los trabajadores de la institución

a fin de esto se interiorice en cada trabajador y sea tomado como parte de una cultura organizacional. Asimismo, se propone la implementación de estudios de satisfacción de la calidad del servicio en el resto de aduanas que existen en el país, y la implementación y/o fortalecimiento de las herramientas de retroalimentación actuales que permiten conocer el grado de satisfacción de los servicios brindados de forma rápida y sencilla, canalizando la información a áreas especializadas para la implementación de mejoras.