

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

Estudio para medir la calidad del servicio que brinda el
Departamento de Atención al Usuario del Servicio Nacional de
Aduana del Ecuador

AUTOR:

Montalvo Morales Angie Pamela

Previo a la obtención de:

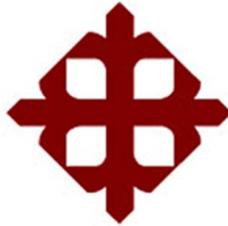
Magister en Administración de Empresas

TUTORA:

Econ. Lapo Maza María Del Carmen

Guayaquil, Ecuador

2015



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por la Ingeniera en Comercio Exterior, Angie Pamela Montalvo Morales, como requerimiento parcial para la obtención del Grado Académico de Magister en Administración de Empresas.

DIRECTORA DE TESIS

Econ. María Del Carmen Lapo Maza

REVISORES

C.P.A. Laura Vera Salas

Mg. Cinthya Game Varas

DIRECTORA DEL PROGRAMA

Econ. María Del Carmen Lapo Maza

Guayaquil, a los 14 del mes de julio del año 2015



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Angie Pamela Montalvo Morales**

DECLARO QUE:

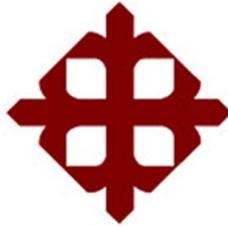
La Tesis Estudio para medir la calidad del servicio que brinda el Departamento de Atención al Usuario del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, previa a la obtención del **Grado Académico de Magister en Administración de Empresas**, ha sido desarrollada en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico de la tesis del Grado Académico en mención.

Guayaquil, a los 14 del mes de julio del año 2015

EL AUTOR

Angie Pamela Montalvo Morales



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTORIZACIÓN

Yo, **Angie Pamela Montalvo Morales**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución de la **Tesis de Magister en Administración de Empresas** titulada: Estudio para medir la calidad del servicio que brinda el Departamento de Atención al Usuario del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 14 del mes de julio del año 2015

EL AUTOR:

Angie Pamela Montalvo Morales

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Católica Santiago de Guayaquil por darme la oportunidad de cursar la Maestría en esta prestigiosa institución.

A la Economista María Del Carmen Lapo por esa sabiduría, don de gente y comprensión al momento de guiarme en el desarrollo del presente trabajo de investigación.

ANGIE MONTALVO

DEDICATORIA

Con amor, dedico el presente trabajo de investigación a Dios, por darme la fuerza e inteligencia para culminar satisfactoriamente la Maestría en Administración de Empresas, a mi familia, en especial a mi madre, sin ella no habría sido posible alcanzar esta meta, a mi esposo y a mis hijos, quienes gracias a su apoyo incondicional, infinito amor y mucha paciencia han sabido sacrificar su tiempo para alcanzar este logro que también es suyo.

ANGIE MONTALVO

ÍNDICE

ÍNDICE	1
LISTA DE FIGURAS.....	4
LISTA DE TABLAS	5
RESUMEN	6
ABSTRACT	7
INTRODUCCIÓN	8
ANTECEDENTES	9
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
DIAGNÓSTICO	10
PRONÓSTICO.....	11
CONTROL DEL PRONÓSTICO	11
JUSTIFICACIÓN	13
CAPITULO 1.....	15
FUNDAMENTACION TEORICA.....	15
1.1 Origen y evolución del objeto de investigación	15
1.1.1 Origen del servicio al usuario.....	15
1.2 Análisis De Las Distintas Posiciones Teóricas.....	19
1.2.1 Servicio al usuario.....	19
1.2.2 Actitud y modelos de servicio.....	21
1.2.2.1 Tipos de servicios que las empresas brindan.....	21
1.2.3 Calidad del servicio al usuario	22
1.2.4 Características del servicio al usuario	23
1.2.5 Importancia del servicio al usuario.....	25
1.2.6 Servicio de calidad al usuario. Elementos fundamentales.....	25
1.2.7 Prescripciones para una buena atención al usuario.....	26
1.2.8 Principios básicos de la atención al usuario.....	27
1.2.9 El usuario.....	27
1.2.10 Clases de usuarios y cómo tratarlos.....	28
1.2.11 Cultura de servicio al usuario.....	30
1.2.12 Estrategias de atención al usuario.....	30
1.2.13 Estrategias para fidelizar al usuario.....	31
1.2.14 Estándares de servicio al usuario	34
1.2.14.1 ¿Por qué tener una estrategia del servicio?	35

1.2.14.2	Cómo debe ser una buena estrategia del servicio.....	36
1.2.15	Evaluación del servicio al usuario	36
1.2.16	Necesidades del usuario	37
1.2.17	Normas ISO 9000: 2000	38
1.2.17.1	Significado de Calidad	38
1.2	Valoración Crítica De Los Conceptos Principales.....	40
1.3	Análisis Crítico.....	41
1.4	Conclusiones parciales del Capítulo	44
CAPÍTULO 2		45
CONTEXTO LOCAL.....		45
2.1	Las instituciones públicas en el Ecuador.....	45
2.2	La Aduana en el Ecuador.....	46
2.2.1	Misiones de la Aduana	46
2.2.2	Funcionamiento de la Aduana	47
2.2.3	El Agente de Aduana.....	48
2.3	El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE).....	48
2.3.1	Breve historia del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.....	49
2.3.2	Misión del SENAE.....	49
2.3.5	Estructura Orgánica. Mapa de Procesos	51
2.3.6	Declaración juramentada de bienes de funcionarios	53
2.3.7	Distritos del SENAE en el Ecuador	54
2.3.8	Procedimientos que deben cumplirse en el SENAE	54
2.3.9	Comunicaciones del SENAE.....	57
2.3.10	Departamento de Atención al Usuario	58
CAPÍTULO 3		60
MARCO METODOLÓGICO		60
3.1	Hipótesis	60
3.2	Variables de la Investigación.....	60
3.3	Alcance de la Investigación	61
3.4	Objetivos	61
3.4.1	Objetivo general	61
3.4.2	Objetivos específicos.....	62
3.5	Tipo de estudio	62
3.6	Métodos de la Investigación	64
3.7	Técnicas de la Investigación.....	64

3.8 Procedimientos de la Investigación	66
3.9 Población y muestra.....	66
3.10 Análisis de los Resultados	68
3.10.1 Análisis de resultados de las entrevistas	69
3.10.1.1 Resumen de las entrevistas realizadas	72
3.10.1.2 Conclusiones de las entrevistas.....	73
3.10.2 Análisis de resultados de la guía de observación	73
3.10.2.1 Conclusiones de la guía de observación	75
3.10.3 Análisis de resultados de la encuesta	76
3.10.3.1 Encuesta a Viajeros	77
3.10.3.2 Encuesta a Usuarios que Importan	88
3.10.3.3 Encuesta a Usuarios que Exportan.....	99
CONCLUSIONES	110
CAPÍTULO 4	111
PROPUESTA.....	111
4.1 Título.....	111
Proyecto de Administración Estratégica para la mejora continua de la calidad del servicio que brinda el Departamento de Atención al Usuario del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.....	111
4.2 Presentación	111
4.3 Objetivos	115
4.4 Importancia.....	116
4.4.1 Impacto Social y Económico	117
4.5 Análisis FODA.....	118
4.6 Desarrollo.....	119
4.7 Propuesta de estrategias dirigidas al Departamento de Atención al Usuario del SENA E en el Aeropuerto Mariscal Sucre de la ciudad de Quito.	120
4.7.1 La facilitación de la gestión aduanera	120
4.7.2 Principios que deben orientar la facilitación aduanera	122
4.7.3 El control en la gestión aduanera.....	122
4.7.4 Metodología de trabajo en una aduana moderna.....	125
4.8 Propuesta de Programa de Capacitación para los Agentes del SENA E en el Aeropuerto Mariscal Sucre de la ciudad de Quito.	126
4.8.1 Conceptualización y definiciones	126
4.8.2 Etapas del proceso aduanero	130
RECOMENDACIONES	132
REFERENCIAS	133

APÉNDICES	137
-----------------	-----

LISTA DE FIGURAS

<i>Figura 1</i>	77
<i>Figura 2</i>	78
<i>Figura 3</i>	79
<i>Figura 4</i>	80
<i>Figura 5</i>	81
<i>Figura 6</i>	82
<i>Figura 7</i>	83
<i>Figura 8</i>	84
<i>Figura 9</i>	85
<i>Figura 10</i>	86
<i>Figura 11</i>	87
<i>Figura 12</i>	88
<i>Figura 13</i>	89
<i>Figura 14</i>	90
<i>Figura 15</i>	91
<i>Figura 16</i>	92
<i>Figura 17</i>	93
<i>Figura 18</i>	94
<i>Figura 19</i>	95
<i>Figura 20</i>	96
<i>Figura 21</i>	97
<i>Figura 22</i>	98
<i>Figura 23</i>	99
<i>Figura 24</i>	100
<i>Figura 25</i>	101
<i>Figura 26</i>	102
<i>Figura 27</i>	103
<i>Figura 28</i>	104
<i>Figura 29</i>	105
<i>Figura 30</i>	106
<i>Figura 31</i>	107
<i>Figura 32</i>	108
<i>Figura 33</i>	109

LISTA DE TABLAS

<i>Tabla 1</i>	77
<i>Tabla 2</i>	78
<i>Tabla 3</i>	79
<i>Tabla 4</i>	80
<i>Tabla 5</i>	81
<i>Tabla 6</i>	82
<i>Tabla 7</i>	83
<i>Tabla 8</i>	84
<i>Tabla 9</i>	85
<i>Tabla 10</i>	86
<i>Tabla 11</i>	87
<i>Tabla 12</i>	88
<i>Tabla 13</i>	89
<i>Tabla 14</i>	90
<i>Tabla 15</i>	91
<i>Tabla 16</i>	92
<i>Tabla 17</i>	93
<i>Tabla 18</i>	94
<i>Tabla 19</i>	95
<i>Tabla 20</i>	96
<i>Tabla 21</i>	97
<i>Tabla 22</i>	98
<i>Tabla 23</i>	99
<i>Tabla 24</i>	100
<i>Tabla 25</i>	101
<i>Tabla 26</i>	102
<i>Tabla 27</i>	103
<i>Tabla 28</i>	104
<i>Tabla 29</i>	105
<i>Tabla 30</i>	106
<i>Tabla 31</i>	107
<i>Tabla 32</i>	108
<i>Tabla 33</i>	109

RESUMEN

La investigación que se presenta, titulada “Estudio para medir la calidad del servicio que brinda el Departamento de Atención al Usuario del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador”, es un proyecto de tesis como requisito para obtener el título de Magíster en Administración de Empresas. El mismo se ejecutó en el aeropuerto Mariscal Sucre de la ciudad de Quito y tuvo como objetivo general elaborar un plan estratégico que contribuya a la correcta aplicación de la Norma ISO 9001:2000 en el Departamento de Atención al Usuario del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador buscando elevar la calidad del servicio de atención al usuario en dicho lugar. En este trabajo se fundamentaron los aspectos teóricos que rigen los servicios a usuarios en las instituciones públicas, se determinó mediante la aplicación de una guía de observación, una entrevista y una encuesta el comportamiento del servicio actual del Departamento de Atención al Usuario en los distintos procesos aduaneros, como conclusión se estableció que la principal y mayor insatisfacción de los usuarios con el Sistema ECUAPASS como herramienta del Comercio Exterior se encuentra en los bajos niveles de información que se ofrecen sobre este sistema fuera de la página WEB y el internet. Como resultado final se determinaron las necesidades de los usuarios del SENA E al identificar aspectos relevantes que sirvieron de base para la implementación de la Norma ISO 9001:2000 proponiendo la aplicación de estrategias y un plan de capacitación para los trabajadores de este servicio que contribuya a satisfacer las necesidades de los usuarios y perfeccionar los procesos y acciones diarias que se efectúan en dicho lugar.

ABSTRAC

The research presented, entitled "Study to measure the quality of service provided by the Customer Care Department of the National Customs Service of Ecuador", is a thesis project as a requirement for the degree of Master of Business Administration. The same was executed at the Mariscal Sucre airport in Quito and had as its overall objective to develop a strategic plan that contributes to the proper application of ISO 9001:2000 in the Customer Attention Department of the National Customs Service of Ecuador seeking to improve the quality of service user therein. In this paper the theoretical aspects governing the services to users in public institutions were based, was determined by applying a guided observation , interview and survey the behavior of the current Service Department Customer Attention in the various processes customs, scope and impact that has had ECUAPASS system implementation as a tool in foreign trade in the various users after the implementation of said identifying the impact of external factors on the use of the same system was established. The needs of users to identify relevant aspects SENA E which formed the basis for the implementation of ISO 9001:2000 proposing the implementation of strategies and a training plan for this service workers to help meet the needs also determined Ratings and improve daily processes and actions that are performed therein.

INTRODUCCIÓN

La investigación que se presenta se ha estructurado en cuatro capítulos, los cuales recogen de manera puntual:

El Capítulo I, Fundamentación Teórica, contiene los antecedentes y el planteamiento del problema, su diagnóstico y pronóstico, el control del mismo, sistematización, justificación, marco teórico, origen y evolución del objeto de investigación, un análisis de las diferentes posiciones teóricas actuales sobre la temática, una valoración crítica de los conceptos principales y las conclusiones parciales del capítulo.

El Capítulo II, Contexto Local, donde se va ofreciendo, desde lo general a lo particular, una exhaustiva explicación y perspectiva de las instituciones públicas en el Ecuador, profundizando en aspectos específicos del SENA E como su misión, visión, objetivos, estructura, procedimientos y comunicaciones.

El Capítulo III, Marco Metodológico, detalla la hipótesis planteada, las variables establecidas, el alcance, los objetivos propuestos, el tipo de estudio, los métodos, técnicas y procedimientos de investigativos aplicados, la población y muestra trabajada, los resultados obtenidos en la entrevista, encuesta y guía de observación desarrolladas.

El Capítulo IV, Propuesta como producto final y aporte de esta investigación a la solución del problema detectado. Así mismo se detallan las conclusiones y recomendaciones finales, las referencias bibliográficas consultadas y los apéndices que ayudan a la comprensión del informe final.

ANTECEDENTES

El mundo actual, es una sociedad que se desenvuelve a partir de considerables y diversas actividades, enfocadas hacia la producción de bienes (productos) o a la prestación de servicios (actividades especializadas), todas son planificadas, coordinadas, dirigidas y evaluadas desde organizaciones específicas las cuales se son llamadas comúnmente *Empresa*. Una empresa está constituida por recursos materiales, financieros, humanos, físicos, tecnológicos y de mercado. El trece de julio de 1998, se consignó en el Ecuador la Ley Orgánica de Aduanas, (LOA), creándose la Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE).

Si se tiene en cuenta que Ecuador atraviesa actualmente por un proceso de renovación, y que las exigencias y necesidades de los interesados son cada vez mayores, las instituciones que se relacionan con el Comercio Internacional, obligatoriamente tienen la necesidad de ir innovando y elevando la calidad de los servicios que prestan. El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE), es una empresa perteneciente al estado, íntegra y moderna, dirigida tanto al servicio público como al privado y es una pieza activa de la actividad diaria nacional e internacional como eje transversal en todo lo concerniente al comercio exterior, manejándose con altos criterios profesionales.

El SENAE, se encarga de sostener dentro de sus prioridades, una innovación decidida perfeccionando sus procesos de funcionamientos objetivos y subjetivos, con el interés de ofrecer la excelencia en el servicio al usuario. Dentro de su ininterrumpida labor, existe un principio fundamental vinculado al talento humano, cuyo papel implica un compromiso y responsabilidad total para

el país como una institución estatal.

Luego de realizar una profunda búsqueda bibliográfica impresa y digital sobre la temática, se pudo conocer que existe muy poca información de trabajos investigativos recientemente publicados, encontrándose solo una “Guía para exportaciones en el área artesanal 2013”, presentada por los autores Jorge Fabián Méndez Méndez y Sonia Elizabeth Cubero Abril; en la facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Cuenca.

En este trabajo se ofrece una detallada descripción de los procedimientos que debe efectuar una persona para convertirse en exportador oficial de la República del Ecuador. La teoría expuesta, muy clara y precisa, se resume con la aplicación directa de un caso práctico, que a criterio de la investigadora, resulta un ejemplo de demostración metodológica.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

DIAGNÓSTICO

Los distintos Operadores de Comercio Exterior (OCE´S) pertenecientes al SENA, desde hace un tiempo se encuentran solicitando cambios en las estrategias del trabajo, los cuales deberían ser más ágiles y proactivos minimizando los tiempos de estadía en los almacenes y bodegas pertenecientes a la mencionada Institución.

PRONÓSTICO

De acuerdo con lo señalado en el diagnóstico, se hace insoslayable encontrar alternativas que al aplicarlas, ayuden a elevar y modernizar la calidad ante todo, de atención al usuario, ya que de no solucionarse dicha problemática, podría convertirse en un corto plazo, en un serio inconveniente que impedirá el normal desempeño de los procesos aduaneros del Ecuador.

CONTROL DEL PRONÓSTICO

Al profundizar sobre el problema formulado en el presente trabajo, se propone aplicar una alternativa de solución basada en la aplicación adecuada de las Normas Internacionales ISO 9001:2000, que contribuya a mejorar el pronóstico y a modernizar la gestión de la calidad del servicio y atención al usuario en la Aduana Ecuatoriana.

SISTEMATIZACIÓN

- ¿Cuáles son los aspectos teóricos que rigen los servicios a usuarios en las instituciones públicas?
- ¿Cómo se comporta el servicio actual del Departamento de Atención al Usuario otorgado por el SENA, con el propósito de proporcionar una mayor satisfacción al usuario en los distintos procesos aduaneros?
- ¿Cuál es el alcance que ha tenido la implementación del Sistema ECUAPASS como herramienta en el Comercio Exterior?
- ¿Cuál es el impacto que ha generado en los distintos usuarios la implementación del Sistema ECUAPASS, identificando la incidencia de los factores externos en la utilización del sistema?
- ¿Cuáles son las necesidades de los usuarios del SENA, para identificar aspectos relevantes que sirvan de base para la implementación de la Norma ISO 9001:2000?
- ¿Cómo se puede diseñar una propuesta que contribuya a la calidad del servicio que ofrece el Departamento de Atención al Usuario del SENA, que permita satisfacer las necesidades de sus usuarios y que sirva de pauta en las acciones que la Entidad podría tomar para la eficiencia en sus procesos?

JUSTIFICACIÓN

Con esta investigación se persigue reelaborar los métodos de trabajo de ECUAPASS del SENA, adecuándolo al cumplimiento de las Normas Internacionales ISO 9001:2000, modernizando los servicios que se prestan para elevar la calidad de la atención al usuario. Las instituciones del sector público con relaciones de trabajo con las diferentes OCE'S, necesita servirse de un departamento de atención al usuario con una adecuada gestión de calidad, que garantice una eficiencia y eficacia orientada al servicio ágil y oportuno que se presta. A pesar de que en la actualidad se viene ofertando este proceso de forma sistematizada, resulta necesario aplicar un cambio oportuno antes de que el sistema colapse debido al constante aumento de usuarios que se están atendiendo diariamente.

El aporte de las Normas ISO 9001:2000 a esta investigación, está dado porque dicho documento resulta obligatorio para poder entender la manera cómo se ha venido trabajando en la institución, y si los diversos procesos que se han aplicado en atención al usuario, han sido comedidamente implantados o no, para establecer las posibles falencias de cada caso, con el objeto de mejorar y modernizar el servicio prestado. En el aspecto social, el impacto de este trabajo será positivo puesto que en el Ecuador se cuenta con pocas empresas públicas certificadas en la calidad de su trabajo, con normativas internacionales.

Otro aspecto importante que justifica esta investigación, se vincula a que la mayoría de los procedimientos manejados por el SENA E son digitales, y aún así, no ha disminuido la afluencia de usuarios a la institución, ni los diversos inconvenientes que se presentan al momento de realizar una actividad de entrada o salida de mercancías al país, otro motivo por el cual se pretende plantear un nuevo lineamiento basado en las ISO 9001:2000 que permita manejar esta situación bajo un estándar de calidad óptimo implicando un servicio con calidez y agilidad.

Si el SENA E logra implementar la normativa internacional que se plantea (Norma ISO 9001:2000), se podrá obtener la certificación correspondiente y se logrará ofrecer una adecuada calidad en el servicio que se le presta a los OCE'S por parte del ECUAPASS, disminuyendo el número de quejas y reclamos que se presentan en este Departamento.

CAPITULO 1

FUNDAMENTACION TEORICA

1.1 Origen y evolución del objeto de investigación

1.1.1. Origen del servicio al usuario

Desde los primeros tiempos de la existencia del ser humano, el hombre buscó satisfacer sus necesidades a través de lo que producía cambiando esta situación cuando, necesitado de desplazarse a grandes distancias, pudo obtener nuevos productos utilizando para ello una simple operación de intercambio llamada *trueque*.

Posteriormente a esta etapa, situada en los albores de la humanidad, surgieron los primeros mercados, donde se almacenaron y promovieron de forma concentrada, disímiles variedades de productos. Estos métodos de intercambio y venta, han proliferado hasta los días actuales, en los que, tanta es la competencia por vender un producto o servicio, que la calidad resulta insuficiente dentro de las características que éste debe poseer, por lo que ha florecido una nueva perspectiva para la venta de dicho producto o servicio, se recoge con el calificativo de *servicio al usuario*.

Ahora existen eficaces herramientas que permiten llegar eficientemente hasta los diferentes usuarios, permitiendo que éstos, para un servicio específico, se conviertan en *usuarios fijos*. De acuerdo con Albretch (1990, p. 32) “Desde el principio de la humanidad, el comercio ha sido un elemento vital en el desarrollo de las sociedades. Antiguamente para vender solo bastaba que el producto satisficiera una necesidad.”

En los años ochenta del pasado siglo, durante la *Revolución del Servicio*, ocurrió el llamado *despertar del usuario*, que no es más, que la concientización de quien recibe un producto o servicio de sus derechos a recibirlo con calidad y rapidez. Durante mucho tiempo se padeció la llamada *tiranía del producto*, donde el dueño del mismo era quien ponía las condiciones de venta, qué vendía, cómo lo vendía, el costo, cómo había que pagarlo y hasta cuándo lo entregaba. Desde la década mencionada, el usuario despertó y empezó a exigir mejores condiciones y entornos hasta el punto que ahora, es el usuario quien decide los cuestionamientos anteriores.

En los años actuales del siglo XXI, se ha empezado a hablar de una empresa *Orientada al usuario*, considerándose como finalizada la época del producto en serie e iniciándose la época del producto *Hecho a la medida*. En Latinoamérica, muchas veces cuando se menciona el servicio al usuario, se hace desde una perspectiva primer mundista, y varias empresas, muchas veces, han buscado implantar dichos modelos sin lograr el éxito esperado, pues simplemente, no han tenido en cuenta la idiosincrasia latina, las fortalezas y debilidades que caracterizan a los habitantes de este continente, las cuales son diferentes a los de los norteamericanos, europeos y japoneses.

El jefe latino resulta completamente diferente, el empleado latino también se comporta diferente y el usuario latino además, es diferente. Uno de los principales problemas en el usuario latino está dado porque en la práctica, no sabe exigir sus derechos, ni se sabe quejar cuando recibe un mal servicio. Para Hoffman (2002, p. 34):

Desde una perspectiva histórica, gran parte del trabajo en el campo de la satisfacción de los usuarios empezó en los años setenta del siglo XX, cuando el consumismo empezó a aumentar y el nacimiento del movimiento de los consumidores estuvo relacionado, directamente con la baja de los servicios que sintieron muchos de éstos.

Durante la década que cita Hoffman en el párrafo anterior, las empresas de servicio comenzaron a encuadrar intensamente sus resultados en la satisfacción de sus usuarios ante la calidad del servicio o producto que ofertaban, este cambio de actitud se debió debido a las bajas cifras de ganancias alcanzadas que empezaron a percibir por no ofrecer al usuario un servicio de calidad, fue una etapa, en que su preocupación se dirigía casi de manera absoluta al producir y no, a lograr la satisfacción de los usuarios. Otro importante teórico, Kotler (2001, p. 37), dijo que además, es importante mencionar que la oferta de servicios ha tenido un enorme aumento recientemente y que este aumento se debe a dos factores esenciales:

- El desarrollo de la economía.
- El mejoramiento del nivel de vida de la sociedad.

Una de las trascendentales tendencias a nivel mundial de los últimos años, que se marcan hacia un futuro cercano, ha sido el extraordinario crecimiento de los servicios como resultado del aumento de los ingresos, del tiempo libre y de la creciente complejidad de los productos que requieren servicios. Actualmente, la economía mundial continúa ascendiendo significativamente pese a las diversas crisis que la caracterizan, manteniéndose dicho crecimiento porque las empresas de servicios se han dedicado a brindar a sus usuarios los llamados *servicios excepcionales*, pues han priorizado la opinión de ellos para tomar cualquier decisión respecto a la prestación de servicios.

Esta nueva época en los servicios se está caracterizando porque este sector es el que está dominando las cifras de mano de obra y las economías ofreciendo una mayor participación de los usuarios en las decisiones estratégicas de sus negocios. Otro recurso que ha favorecido una adecuada prestación de servicios por parte de los empleados, es el uso de las tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), ya que ha dado la posibilidad de hacer más fácil y viable el proceso de atención al usuario. Esto se ve reflejado en la creación de programas digitales que ayudan a los usuarios a enumerar rápidamente su satisfacción-insatisfacción, mientras que los empleados conocen casi en el momento, la calidad del servicio ofertado. Explicó Gómez (2006, p. 18) que:

En la actualidad se tiene un nuevo concepto de servicio y dice que éste concepto se ha convertido en una estrategia empresarial orientada hacia la anticipación de las necesidades y expectativas del valor agregado de los usuarios, buscando asegurar la lealtad y permanencia tanto de los usuarios actuales como la atracción de nuevos usuarios, mediante la provisión de un servicio superior al de los competidores.

Los motivos por los cuales se ha impuesto esta nueva visión, está dado por la existencia de un fácil acceso a una considerable cantidad de datos y cifras, que exige a la vez, la obligación de ofrecer un mayor valor agregado. Todos los proveedores tienen que conocer cada aspecto en detalle y poseer una variedad de opciones dispuestas, ofreciendo la facilidad y rapidez de adquirir cualquier bien y/o servicio. Pero el énfasis mayor recae en estos tiempos en poder establecer una relación de servicio integral y a largo plazo satisfaciendo todas las necesidades de servicio disminuyendo la necesidad de que el usuario quiera fragmentar sus proyectos entre varias empresas. Esta nueva situación se está sucediendo debido a que el usuario en este formidable

entorno, puede valorar nuevas características y elementos del servicio prestado, tales como tiempo, oportunidades, individualización y amabilidad.

1.2 Análisis De Las Distintas Posiciones Teóricas

1.2.1 Servicio al usuario

De acuerdo con lo que consideró Lescano (2005, p. 22): "... el servicio al usuario es lo que los usuarios consideran que es servicio y todo lo que se haga para hacerle la vida más fácil y grata." Sin embargo, hay otros autores como Gómez (2006, p. 51) que señaló:

(...) la idea central de servicio gira alrededor de satisfacer a los usuarios y hacerles la vida grata a través de soluciones rápidas, creativas y coherentes a un costo conveniente y, sobre todo, de acuerdo a la situación particular de cada uno de ellos.

Este autor plantea que se demanda de creatividad y sentido común; de una motivación inteligente que refleje la capacidad para decidir lo mejor para el usuario y para la empresa en el lugar y momento precisos. De esa manera habrá la posibilidad no solo de cumplir con el servicio ofrecido sino de superar las expectativas del usuario. Solo las empresas que cuentan con empleados idóneos, debidamente capacitados y entrenados, podrán acoger con disciplina el servicio y exceder dichas expectativas. Por ellos las empresas que poseen renombre en el mundo actual, se están centrando esencialmente en contratar a la mejor empleomanía, de acuerdo con un perfil categórico. Para Albrecht (2006),

(...) el servicio al usuario es una diferenciación clave en un mercado, especialmente cuando la elección se hace entre productos que no se pueden distinguir por ninguna otra dimensión significativa para el consumidor.

Muchas empresas latinoamericanas que ofertan servicios, utilizan poco las TIC, por lo que necesitan una mayor cantidad de empleados, generando al mismo tiempo salarios bajos que le permitan mantener un mínimo de rentabilidad. Es un círculo cerrado que muestra cómo los empresarios expresan el poco valor que le dan a los servicios ofrecidos. Ofrecer un servicio, envuelve un contacto cara a cara entre un posible comprador y un vendedor, quien debe demostrar una apropiada actitud y personalidad, lo que dará la posibilidad de que se cierre de forma óptima el proceso de compra-venta del servicio solicitado, dejando en el usuario una buena impresión del servicio recibido.

El servicio brindado por un empleado en específico, no debe ser efectuado por cualquier miembro de la empresa, el personal encargado debe poseer una apropiada capacitación que incluye mostrar buen temperamento, carácter, modales, cultura, etc. En el caso de Gaither (2008, p. 32), dijo que el servicio puede ser interpretado como:

(...) aquella actividad que relaciona la empresa con el usuario, a fin de que éste quede satisfecho con dicha actividad. El servicio al usuario, es una gama de actividades que en conjunto, originan una relación.

1.2.2 Actitud y modelos de servicio

Sin embargo Kotler (2001, p. 33), mencionó que las empresas de servicio deben procurar ante todo, causar una impresión primera muy buena ante cualquier usuario, haciendo crear una imagen aprobada, por lo que es cardinal ofrecer una excelente actitud ante cualquier transacción con un usuario. Hay dos actitudes básicas de servicio al usuario.

- **Positiva:** ofrecer un servicio con un excelente comportamiento hacia el usuario.
- **Negativa:** es el mal comportamiento con el usuario.

Cualquier empresa debe tener cuidado de que sus empleados no muestren una mala actitud para con los usuarios, porque dicha situación, destruirá todo el esfuerzo invertido desprestigiando a todos los demás empleados. Cuando esto sucede, regularmente el usuario no va a identificar a los empleados de forma individual como el causante de su mala experiencia, sino que va a identificar a toda la empresa.

1.2.2.1 Tipos de servicios que las empresas brindan

Los tipos de servicios que brindan las empresas de acuerdo con la estructuración que Gaither (2008, p. 32) hizo son:

- El ineficaz y agradable.
- El ineficaz y desagradable.
- El eficaz y agradable.
- El eficaz y desagradable.

1.2.3 Calidad del servicio al usuario

Según Malcon (2003, pp. 21-22), la calidad del servicio al usuario.

(...) son los requerimientos que satisfacen las necesidades y deseos del mismo en la contratación y uso para cumplir con sus expectativas. Es la percepción que tiene un usuario acerca de la correspondencia entre el desempeño y las expectativas, relacionados con el conjunto de elementos cuantitativos y cualitativos del servicio.”

Una de las formas principales para que una empresa se pueda distinguir, a criterio de la autora, consiste en ofrecer calidad en la atención sistemáticamente, dando así una amplia ventaja competitiva en su contexto, ya que de esa manera, se tendrá un mejor desempeño en su productividad y por ende, en las utilidades obtenidas. Muchas empresas que ofrecen servicio buscan garantizar que sus usuarios lo reciban de forma constante y con calidad. Por este motivo, es importante definir y comunicar con claridad sus necesidades pues es el empleado que está en contacto directo con las personas que reciben dicho servicio.

Aunque la calidad de cualquier servicio normalmente es una cuestión variable, condicionada en muchas ocasiones por la percepción de quien lo recibe, ésta va a depender mucho de las circunstancias y, de que la interacción entre el empleado y el usuario sea por lo menos, aceptable. No obstante tener en cuenta cada detalle, suceden equivocaciones u errores los cuales no se pueden evitar al cien por ciento, porque es ineludible que se está trabaja con seres humanos, y además, siempre va a haber una influencia externa que no siempre se puede prever. La mayoría de estas situaciones sobrevienen en

presencia del usuario, teniendo como resultado que el servicio se demore más de lo esencial. Explicó Mareiño (2001, p. 32) que:

La calidad del servicio es un factor fundamental en la decisión de compra; la competencia cada vez es mayor la cual atrae al usuario por tener diversidad de servicios y poder escoger. Ahora los consumidores son más selectivos ya que sus exigencias en la calidad aumentan para obtener lo mejor. Dice el autor anteriormente citado, que la calidad no se produce de una manera global y única para cada operación comercial, sino de manera detallada y múltiple, la calidad del servicio puede o no cumplir con las expectativas, de esto dependerá el grado de satisfacción que se lleve el usuario.

La satisfacción de un usuario, expresó Gaither (2008, p. 34) "... es el resultado de las impresiones recibidas a lo largo de la creación del servicio, menos las expectativas que el usuario trajo al momento de entrar en contacto con la actividad de servicio", es decir:

- La satisfacción es positiva cuando la capacidad percibida es positiva.
- La satisfacción es neutra cuando la calidad es cero.
- La satisfacción crece a medida que crece la calidad.

1.2.4 Características del servicio al usuario

De acuerdo con los señalamientos de Stanton (2000, pp. 18-19) éste mencionó que las características que se debe consideran en una empresa acerca del servicio al usuario son:

- Intangibilidad del servicio.
- Inseparabilidad en el servicio.
- Variabilidad del servicio.
- Caducidad del servicio.

Intangibilidad del servicio: Consiste en percibir los servicios de una forma abstracta, en donde los servicios solo se perciben y no se pueden ver, tocar, oír, degustar, ni oler, debido a su carácter inmaterial. Es por ello, que cuando el consumidor o usuario al momento de adquirir un servicio donde predomina la intangibilidad, estará comprando una experiencia.

Inseparabilidad en el servicio: Consiste en que los servicios no pueden separarse de sus proveedores, porque los empleados que prestan los servicios son parte del servicio mismo, es decir, que en el proceso de servicio al usuario, el personal forma un todo junto al servicio.

Variabilidad del servicio: Consiste en que la calidad del servicio depende de quién lo preste, dónde, cuándo y cómo lo hacen, de manera que si un empleado de una empresa es eficiente a la hora de establecer contactos con sus usuarios, no garantiza que el otro empleado de esa misma empresa ofrezca un servicio eficiente.

Caducidad del servicio: Consiste en que los servicios vencen una vez se reciben, por lo que no se pueden almacenar para uso posterior. Refiriéndose a que la compra de un servicio es diferente a la obtención de un producto tangible, debido a que los beneficios del servicio se obtienen en el momento, en cambio, con el producto, la persona puede continuar recibiendo sus beneficios cada vez que lo utilice.

1.2.5 Importancia del servicio al usuario

Otro autor importante autor, Pell (2001, p. 11) manifiesto que "... un buen servicio a usuarios es un valor agregado para las ventas." Se debe reflexionar que atraer un nuevo usuario induce más gastos a la empresa que conservar uno.

1.2.6 Servicio de calidad al usuario. Elementos fundamentales

Para Muller (2003, p. 18), los elementos fundamentales para un buen servicio al usuario son:

- **Seguridad.** Cero riesgos, cero peligros y cero dudas en el servicio.
- **Credibilidad.** Manifestar cordialidad, veracidad, modestia. Nada de promesas o mentiras.
- **Información.** Lenguaje verbal y corpóreo natural.
- **Juicio.** Conservar una sensible conversación sobre lo que se desea y se puede brindar.
- **Sociabilidad.** Facilidad al usuario para expresar sus inquietudes.
- **Educación.** Tensión, simpatía, respeto y amabilidad del personal, la educación y las buenas maneras no pelean con nadie. Es más fácil cautivar al usuario si se le da un excelente trato y brindar una gran atención.
- **Profesionalismo.** Buenos modales y esmero en la atención.
- **Poder de contestación.** Prestación resuelta y pertinente.
- **Confianza.** Demostrar ser seguro y creíble.
- **Aspectos palpables.** Buenas estructuras, talento humano apropiado y excelentes vías de comunicación.

1.2.7 Prescripciones para una buena atención al usuario

Así mismo, Mulle (2003, pp. 20-21), relacionó lo que para él son "... los diez mandamientos en la atención al usuario":

- El usuario primero.
- Complacer al usuario en lo que solicita.
- Lo prometido es deuda, hay que cumplir siempre.
- El usuario siempre se siente satisfecho al recibir más de lo esperado.
- ¿Cómo lograrlo? Conociendo muy bien al usuario, sus necesidades y deseos.
- Una buena atención hace que el usuario regrese.
- No se puede fallar en nada.
- Si no se satisface a uno mismo como se puede satisfacer a los demás.
- La calificación del servicio la ofrece el usuario.
- Al alcanzar la meta propuesta de servicio y satisfacer al usuario, siempre será necesario plantear nuevos objetivos ya que la competencia no se detiene.
- Cuando se trata de satisfacer al usuario, todas las personas de la empresa son un solo equipo y deben estar dispuestas a trabajar mancomunadamente para satisfacer al usuario.

1.2.8 Principios básicos de la atención al usuario

Según Helouani (2003, p. 31), desde el punto de vista psicológico:

(...) la atención se considera con el acto de aplicar voluntariamente el entendimiento a un objeto o cuestión, concentrando la actividad mental sobre el mismo, con lo que se penetra en el campo de la conciencia.

En la atención al usuario, el objetivo no es agrandar la actividad mental, sino definirla a un tema, producto, servicio o idea específica que comprometa y sea de mayor valor para éste.

1.2.9 El usuario

Según Larrea (2004, p.18):

(...) usuario es un individuo con necesidades y preocupaciones, tomando en cuenta que no siempre tiene la razón, pero que siempre tiene que estar en primer lugar si una empresa quiere distinguirse por la calidad de atención al usuario.

El usuario es un alguien muy importante para una empresa, porque gracias a él, depende la subsistencia de la misma y también, de todos los empleados que trabajan en ella. Por tanto, es trascendental hacer conciencia a todo el colectivo, que por el pago que efectúa ese usuario al recibir el servicio o producto, se puede tener trabajo, salario, instrucción, casa, familia, recreación, etc. Señaló dicho autor:

- Un usuario es la persona más importante en cualquier negocio.
- Un usuario no depende de la empresa. La empresa dependemos de él.
- Un usuario no es una interrupción al trabajo. Es un objetivo.
- Un usuario es una parte esencial del negocio; no es ningún extraño.
- Un usuario no es solo dinero. Es un ser humano con sentimientos y merece un tratamiento con respeto.

Dijo Drucker (2001, p. 31) que:

(...) el usuario es quien determina lo que es un negocio, porque el usuario y solo él, al estar dispuesto a pagar un bien o servicio, convierte los recursos económicos en riquezas y las cosas en bienes.

Lo que un negocio produce u oferta, no es lo más importante para su desarrollo futuro y éxito. Lo que el usuario considera como *valor*, es lo que va a determinar lo que es el negocio y sin ese usuario, el negocio progresará o no.

Drucker (2001, p. 32) explicó que:

La palabra *usuario* es utilizada para abarcar al individuo o empresa a través de toda esa secuencia desde que la empresa se relaciona con el usuario, a fin de que éste quede satisfecho con dicha actividad. El servicio, es una acción utilitaria que satisface una necesidad específica de un usuario.

1.2.10 Clases de usuarios y cómo tratarlos

López (2003, p. 11-13) clasificó al usuario de acuerdo con los tipos siguientes:

Usuario interno: aquel que pertenece a la empresa, y que no por estar con ella, deja de requerir la prestación de servicios por parte de los demás empleados.

Usuario externo: es la persona que no pertenece a la empresa, más sin embargo son a quienes la atención está dirigida, ofreciéndoles un producto o servicio. Se puede observar, al tener dos tipos de usuarios, que se debe estar consciente de que se debe satisfacer las necesidades que cada uno tenga, sin descuidar uno u otro.

Usuario taciturno: es insensible. Es difícil lograr que se interese. Enfrentarse a una persona así no resulta fácil, hay que prepararse para este tipo de usuario.

Usuario pausado: su personalidad es indecisa.

Usuario manipulador: su personalidad se caracteriza por ser sabelotodo.

Usuario metódico: necesita independencia, observación, examinar, echar un vistazo, auscultar, explorar.

Usuario desconfiado: regularmente es el usuario que no le gusta fracasar. Hay que mostrarse comprensivo, brindándole explicaciones sencillas y con sinceridad.

Usuario caprichoso: solo sus criterios son los válidos, todo lo demás es negativo o falso.

Usuario desconfiado: se parece mucho en su actitud al sabelotodo.

Usuario melancólico: siempre está descontento.

Usuario impetuoso: es el que por agitada actuación siempre descontrola todo y a todos..

Usuario opositor: busca errores o defectos para incentivar una discusión.

1.2.11 Cultura de servicio al usuario

De acuerdo con lo que mencionó Albrecht (1988, p. 35): "... toda empresa no debe tener a la calidad del servicio como un simple lema, si no debe tenerla como un mandato diario que se debe cumplir estrictamente." La cultura del servicio actual, abarca un grupo de situaciones importantes:

- Calidad.
- Capacitación.
- Personal.
- Limpieza.
- Valores.
- Estándares.

Para la gerencia tienen que ser los principales usuarios, pues de los mismos dependerá transferir sus conocimientos de cultura a todos los empleados y poder establecer una cultura del servicio en la empresa. Si la empresa no manifiesta que el servicio es lo más sustancial que se puede brindar al usuario, tampoco lo será para el sus empleados.

1.2.12 Estrategias de atención al usuario

Albrech (2006, p. 37) definió las estrategias de atención al usuario como:

(...) una estrategia de servicio, es una fórmula característica para la prestación de un servicio; esa estrategia es inherente a una premisa de beneficio bien escogida que tiene valor para el usuario y que establece una posición competitiva real.

La visión juega un rol cardinal en el desarrollo de cualquier estrategia que se elabora para el servicio. La destreza en delimitar y enunciar una visión de servicio, se ha vuelto imprescindible en muchas empresas. El premio consiste en implantar la dirección estratégica como una función de una estrategia del servicio ubicada hacia el mercado. No obstante, Lescano (2005, p. 51) sobre la estrategia de atención al usuario que "... es la capacidad de generar valor para unas necesidades no atendidas o atendidas de modo insuficiente en el mercado."

Además, debe ser valioso que para cumplir con dicho objetivo, hay que poseer la capacidad de proyectar conocimiento y entusiasmo por el servicio que se presta, ya que ambas cualidades se instaurarán como el puntal más consistente para lograr cualquier estrategia que se desee establecer. Las posibles vías para delinear una estrategia del servicio se sitúan de forma general en dos orientaciones: la personalización y la estandarización.

1.2.13 Estrategias para fidelizar al usuario

Si existen usuarios motivados, la empresa funciona bien, produce y crea nuevos empleos involucrándose de lleno en la economía nacional, si al contrario, no hay usuarios, o los que existen, desconfían, la empresa mal funcionará, habrá un aumento del desempleo y no se pensará en futuro; por lo tanto, todas las empresas anhelan tener usuarios fieles ya que sin estos, no habrá empresa. Es insoslayable mantener a los usuarios contentos y para ello se hace necesario ofrecerles un valor añadido a la gestión, atenderles bien, con cordialidad, afables De forma que aprecie un trato especial que no va a tener en la competencia, y para eso, es inexcusable que todos los empleados, sin

excepción, se impliquen en mantenerlo satisfecho, y para cumplir con este detalle, es preciso enunciar un plan.

Satisfacer al usuario, expresa cumplir con lo estipulado, con lo brindado, con lo concertado, con lo que espera el usuario del producto o del servicio. La satisfacción del usuario incluye el respeto, el cumplimiento y el funcionar con él, así mismo debe entenderse que no se puede ofrecer lo que no se pueda cumplir, pues no se cumpliría con la definición básica de satisfacción al usuario, es uno de los principales motivos para dejar claro los objetivos fijados.

La vía más rápida y sencilla para ganarse al usuario, es la mejora continua, no es suficiente con hacer todo bien, se debe buscar el mejorar continuamente tratando de alcanzar una excelencia eliminando cualquier detalle que tenga que ver con la mala calidad. La mejora continua disminuye gastos y costos además de que permite a la empresa volverse más competitiva al abaratar el servicio o el producto que se presta. Organizar la calidad como principal aspecto del producto, no es solo preocuparse, es diseñar un sistema de gestión, adecuado a las necesidades empresariales, capaz de asegurar la continuación, la rentabilidad, y el desarrollo de sus empleados.

Se concluye que se hace imprescindible que existan usuarios fieles que garanticen la continuidad de la empresa, pues buscar nuevos usuarios sí es posible, pero va a resultar mucho más caro y de mucha menor rentabilidad, cualquier método que se aplique, deberá asegurar el mantener los usuarios

presentes con un mínimo esfuerzo pero con un sistema acertado de servicio. En su trabajo Kelo (2003, p. 21), mencionó que "... más allá de la satisfacción de un usuario, las empresas deben orientarse al logro de su fidelización. La fidelización del usuario es una actitud positiva que supone la unión de la satisfacción del usuario con una acción de consumo estable y duradero."

La fidelidad del usuario es considerada como un proceso, y el mismo se obtiene mediante los *output* de la empresa, sin que sea la suma de dichos *output* con el proceso de prestación del servicio y la atención percibida por el usuario. Para poder tener garantizada la fidelidad del usuario, resulta obligatorio continuar un proceso correctamente estructurado y lógico, capaz de integrar las estrategias más convenientes para cada uno de los diferentes tipos de usuario. Los actuales programas de *fidelización* son modelos de acción orientados a estimular el consumo del usuario para que éste se relacione con la empresa. Dichos programas se asientan en acciones comerciales y de comunicación decididas y amparadas a los largo del tiempo añadiéndosele un valor intrínseco para el usuario.

Ventajas

La implementación de un programa de fidelización ofrece tres ventajas principales:

- **Incremento del servicio al usuario.** Se ofertan al usuario una serie de ventajas que incrementan el valor percibido por éste: puntos canjeables por viajes, descuentos en las compras, regalos por una mínima compra, etc.

- **Obtención de información.** Los usuarios adscritos al programa ofrecen sus datos en las fichas de inscripción, con lo cual la empresa sabe cómo es su usuario.
- **Eficacia comunicativa.** Con la información anterior, la empresa puede desarrollar campañas personalizadas de comunicación más eficientes y satisfactorias para ambas partes.

1.2.14 Estándares de servicio al usuario

En su conceptualización, Lescano (2005, pp. 34-36) menciona que los estándares de servicio al usuario, son un camino que se sigue con la idea de alcanzar confiabilidad en el servicio y garantizar una ejecución y entrega conforme a lo ofrecido y esperado por el usuario.

La estandarización es explotada por empresas como las del sector de *fast-food* que cuentan prácticamente con todo el servicio normalizado. En el mismo sector, que en un inicio era bastante rígido, se han ido flexibilizando y adaptando los servicios según las preferencias y rasgos culturales de cada mercado. Buscar opciones y niveles diferentes del estándar son variantes interesantes que pueden ayudar a generar satisfacción con una determinada oferta y para un determinado usuario.

1.2.14.1 ¿Por qué tener una estrategia del servicio?

Primero, una estrategia del servicio eficiente *posiciona* su servicio en el mercado. Le proporciona un forma simplificada de enviar su mensaje de tal manera que diga algo, que tenga significado y tenga conexión con la necesidad de compra conocida o un factor motivacional.

Cuando una empresa tenga una estrategia del servicio claramente definida, que se base en algún valor para el usuario, los publicistas pueden utilizar sus técnicas más eficientes y creativas para comunicar ese mensaje alrededor del mercado.

La segunda ventaja de tener una estrategia del servicio, consiste en que proporciona una dirección uniforme para la organización. Permite que los gerentes de todos los niveles conozcan cuál es verdaderamente el negocio, cuáles son las prioridades operacionales claves y que sea lo que deben tratar de hacer.

La tercera ventaja permite que los subalternos conozcan qué es lo que la gerencia espera de ellos y qué es lo importante en la organización. Una nítida estrategia del servicio que haya sido explicada a todos los empleados, crea la convicción de que “el servicio para el usuario es el criterio más importante para el éxito de la empresa.”

1.2.14.2 Cómo debe ser una buena estrategia del servicio

Citando a Albrecht (2005, p. 42) existen varios ejemplos de estrategias de compañías eficientes que saben lo que es el servicio:

- **Los restaurantes McDonald's:** rapidez, eficiencia, bajos precios, y lo más importante, comodidad para los usuarios de las comidas rápidas.
- **Los hoteles Holiday Inn:** la cadena de hoteles ofrece comodidad a un precio moderado para el viajero de clase media y comerciantes.
- **Hoteles Hyatt:** su estrategia de servicio es ofrecer un ambiente de lujo para el hombre de negocios.

1.2.15 Evaluación del servicio al usuario

Según Nigel (2001, p. 33) la evaluación del servicio al usuario, es una medida de la forma en que el producto total se desempeña con relación con el conjunto de requerimientos de los usuarios.

Cuando se desea medir la satisfacción de los usuarios, lo que se debe hacer es ponerse en los zapatos del mismo, pensar lo que se siente cuando se es usuario y lo que se espera del servicio adquirido. De esa manera, se conocerá si él está satisfecho con lo adquirido en la empresa, tomando también en cuenta las expectativas de estos al momento de demandar algún servicio.

En el largo plazo, la competitividad y la rentabilidad aumentan al máximo cuando se hace mejor lo que más importa a los usuarios. Al llevar a cabo una medición de la satisfacción de los usuarios se obtiene muchos beneficios entre

los cuales, de acuerdo con el autor señalado, se puede mencionar los siguientes:

- Conocer las debilidades que se tiene como empresa y así mejorarlas.
- Identificar el nivel de conocimiento que tienen los empleados acerca de las prioridades de los usuarios y de su capacidad para satisfacerlos.

Por eso las empresas de servicios deben ser conscientes para medir la calidad de sus servicios de forma efectiva, y como consecuencia la satisfacción del usuario.

1.2.16 Necesidades del usuario

Según Llamas (2006, pp. 21-22) "... aquellos que eligen un servicio necesitan sentir que se están comunicando en forma efectiva." Esto indica que se están interpretando en forma correcta los mensajes que envían las emociones y se trata de impedir una comprensión inadecuada del beneficio que puede obtener el usuario.

La necesidad de ser bien atendido, es decir, el usuario necesita sentir que lo reciben con alegría, como que lo hubiesen estado esperando, y además necesita sentir que es importante para la empresa.

La necesidad de ser importante, es de conocimiento general ya que el ego y la autoestima son poderosas necesidades humanas por lo cual, todas las personas necesitan sentirse importante, cualquier cosa que se haga para hacer que el invitado se sienta especial, será un paso en la dirección correcta.

La necesidad de comodidad, los usuarios necesitan comodidad física un lugar donde esperar, descansar, hablar o hacer negocios; también necesita tener seguridad de que se les atenderá en forma adecuada y la confianza en que se le podrá satisfacer sus necesidades.

Conocer las necesidades del usuario es parte fundamental de la empresa, debiéndose cumplir todos los puntos antes mencionado para poder mejorar las necesidades reales que requiere el usuario, todo esto con el único fin de brindar un buen servicio y satisfacer al mismo.

1.2.17 Normas ISO 9000: 2000

La serie de Normas ISO 9000 son generadas por la International Organization for Standardization, cuya sigla es (ISO); y se regulan de manera articulada, que especifican los elementos del sistema de gestión de la calidad de una Organización para que los servicios prestados sean con la calidad adecuada.

1.2.17.1 Significado de Calidad

Es un grupo de aspectos específicos de un determinado servicio que se presta o un producto que se ofrece con el objetivo de complacer al usuario.

1.2.17.2 La gestión de la calidad como sistema

Un sistema de gestión de la calidad significa disponer de una serie de elementos como procesos, manuales, procedimientos y verificación, instrucciones, planes de capacitación, registros, etc., y registrados de manera continua, clara y concisa.

Las Normas ISO 9000 no especifican un sistema de gestión de la calidad específica, solo fija las obligaciones mínimas a cumplir en cuanto a la gestión de la calidad. Dentro de estos requisitos hay una amplia gama de posibilidades que permite a la Organización definir su propio sistema de gestión de la calidad, de acuerdo con sus características particulares.

Las Normas ISO relacionadas con la calidad son las siguientes:

- ISO 9000: Sistemas de Gestión de la Calidad – Fundamentos y Vocabulario.
- ISO 9001: Sistemas de Gestión de la Calidad–Requisitos.
- ISO 9004: Sistemas de Gestión de la Calidad–Directrices.

1.2 Valoración Crítica De Los Conceptos Principales

Elevar el nivel de calidad a la atención al usuario, es una de las prioridades del gobierno ecuatoriano actual, por lo que cada emprendimiento que contemple este aspecto dentro de sus prioridades, podrá exhibir una garantía de factibilidad con características histórico-cultural.

El estudio que se presenta, el cual muestra un enfoque directamente vinculado con la atención al usuario, pretende llevar a una real sustentabilidad la calidad del servicio ofrecido, de tal manera que se convierta en un patrón para las operaciones internacionales, trayendo consigo los correspondientes beneficios económicos y sociales.

La investigación que se presenta, incuestionablemente ayuda a conocer cuáles son las necesidades insatisfechas de los diferentes usuarios en función de mejorar la calidad del servicio a partir de la atención directa e indirecta. La concepción actual se basa ante todo en las necesidades individuales o de una compañía o institución, en las que aparecen un sin número de aspectos que no pueden soslayarse para poder comprender el verdadero significado de este servicio. Bajo esa perspectiva se estructuró el marco teórico, el cual sirvió como fundamento conceptual para las variables investigativas establecidas.

Los autores mencionados, transmiten conceptualizaciones básicas de actualidad al respecto dentro de los que se toman mensajes claros: "... el servicio al usuario es satisfacer al usuario y hacer su vida más grata." (Lescano, 2005); "... el servicio al usuario es una diferenciación clave en un mercado." (Albrecht, 2006); "... descifra al servicio al usuario como una actividad que relaciona la empresa con el usuario." (Gaither, 1998); "... la calidad de servicio en las empresas debe ser lo primordial). (Kotler, 2001).

Los diferentes autores citados, exponen en sus teorizaciones diversos temas relacionados con el servicio al usuario que incluyen su importancia, características, estrategias y necesidades de los mismos. Estas temáticas son de vital importancia para poder conocer los contextos relacionados para así aplicarlos de forma eficiente y adecuada al realizar las estrategias de gestión en el área de servicio al usuario.

1.3 Análisis Crítico

Con el desarrollo de este capítulo, se pudo teorizar conceptualmente, y a la vez, sustentar científicamente, las actividades necesarias que deben tenerse en cuenta a la hora del diseño de actividades vinculadas a la atención al usuario, que contribuya a elevar la eficiencia del servicio que brinda el Departamento de Atención al Usuario del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, específicamente en el Aeropuerto Mariscal Sucre de la ciudad de Quito.

El servicio al usuario actual, debe tener un enfoque estratégico que contribuya a adquirir, desarrollar, gestionar, motivar y lograr el compromiso de los empleados con los usuarios como una de las claves más importantes de la empresa. Ningún proceso de servicio al usuario será apropiado, si no se encuentra enmarcado en la vocación del servicio, principios estructurados en valores morales y un adecuado y sistemático trabajo en equipo. Cada etapa del ciclo del servicio requiere de un cuidadoso manejo.

Para obtener un resultado de calidad tendiente a la excelencia, se pueden orientar diversas estrategias que permitan cumplir con los objetivos propuestos, pero para alcanzar estas metas, se requiere de compromisos claros y de la internalización de valores acordes con una orientación precisa de la empresa hacia el usuario.

La creatividad también juega un papel fundamental en la excelencia de la calidad del servicio y permite distinguirse de la competencia, gracias al aporte de ideas innovadoras por parte del capital humano de la institución. La creación de un sistema de atención o servicio distintivo, también permitirá lograr una adecuada posición en el mercado a largo plazo y por ende, el bienestar financiero para todos los participantes en el proceso productivo.

Un usuario interno, motivado y capacitado, es vital para que toda política vinculada al servicio pueda alcanzar el éxito. La participación de cada área en este proceso, hasta llegar al contacto directo con el usuario externo, debe ser conducida con mucho entusiasmo. Para ello, debe contarse con clara ideas y con una formación constante, que permita a cada empleado estar dispuesto a resolver cualquier dificultad que se le presente al usuario durante el desarrollo de sus actividades.

Una coincidencia entre los autores ya citados, es que, para lograr un servicio considerado de excelencia, resulta imprescindible la aplicación de estrategias básicas las cuales puedan ser complementadas con una buena

dosis de creatividad por parte de los empleados. Los usuarios satisfechos siempre transmiten su experiencia positiva al menos a tres personas de su círculo íntimo; los insatisfechos, su mala experiencia a nueve o más personas pues las experiencias negativas siempre son motivo de una conversación segura.

Cuesta mucha más dinero lograr un buen usuario, debido a los gastos en publicidad, promoción, ofertas, llamadas telefónicas, etc.; que mantener contentos y agradecidos a los usuarios en proceso o claramente fieles a la organización. Una vez que el usuario ha decidido adquirir el producto o servicio accede a la empresa, luego que observa las instrucciones, su orden, aseo, presencia del personal es necesario hacerlo sentir a gusto con una bienvenida que le permita saber que su presencia es un agasajo para todos los integrantes del equipo.

Cuando un usuario solicite los servicios de la empresa, lo primordial es lograr un contacto empático con sus necesidades y requerimientos. La recepcionista es la encargada de lograr que los primeros segundos de contacto con el usuario sean agradables y reconfortantes. Gracias al usuario, el empleado tiene una función por la que recibe una compensación económica. La empresa se sustenta sobre el principio de la remuneración económica proveniente de hacer negocios con los particulares. Se debe prestar un servicio con Valor Agregado, esto es, ir más allá de lo convencional al momento de servir al usuario.

1.4 Conclusiones parciales del Capítulo

De acuerdo con los conceptos teóricos analizados en este capítulo, se puede afirmar que la calidad en la atención al usuario es la mejor forma de garantizar que el mismo regrese cada vez que necesite del servicio ofrecido o del producto entregado mientras que por el contrario, una atención deficiente lo alejará además de contar por seguro con que será una opinión negativa en cuanto tenga la posibilidad de ofrecerla.

La atención al usuario tiene que ser la prioridad número uno o al menos, igualar el interés en cuanto a la calidad del producto, no puede ser algo subestimado en ningún momento.

CAPÍTULO 2

CONTEXTO LOCAL

2.1 Las instituciones públicas en el Ecuador

Las empresas públicas estatales son creadas en el Ecuador por la Constitución o la Ley. El artículo 180 de la Ley Orgánica de Régimen Municipal, define a la empresa pública municipal de la siguiente manera:

La empresa pública municipal es una entidad creada por ordenanza, con personería jurídica y autonomía administrativa y patrimonial, que opera sobre bases comerciales y cuyo objetivo es la prestación de un servicio público por el cual se cobra una tasa o un precio y las correspondientes contribuciones.

La Ley de Régimen Tributario, en el numeral 2 del artículo 9, establece que para fines de la determinación y liquidación del Impuesto a la Renta, están exonerados exclusivamente los siguientes ingresos:

2.- Los obtenidos por las instituciones del Estado. Sin embargo, estarán sujetos a impuesto a la renta las empresas del sector público, distintas de las que prestan servicios públicos, que compitiendo o no con el sector privado, exploten actividades comerciales, industriales, agrícolas, mineras, turísticas, transporte y de servicios en general.”

Respecto de los servicios públicos, el artículo 249 de la Constitución Política de la República establece, en su parte pertinente que:

Será responsabilidad del Estado, la provisión de servicios públicos de agua potable y de riego, saneamiento, fuerza eléctrica, telecomunicaciones, vialidad, facilidades portuarias y otros de naturaleza similar.

En consecuencia, las empresas públicas distintas a las que prestan servicios públicos, que compitiendo con el sector privado, explotan actividades

comerciales, industriales, agrícolas, mineras, turísticas, transporte y de servicios en general; están obligadas a la declaración y pago del Impuesto a la Renta y por lo tanto, deben seguir pagando la tarifa del 12% del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en la transferencia de bienes y servicios.

2.2 La Aduana en el Ecuador

La Aduana es una oficina pública, aparte de ser una constitución fiscal, situada en puntos estratégicos del país, por lo general en costas y fronteras. Es la encargada del control de operaciones de comercio exterior, con el objetivo de registrar el tráfico internacional de mercancías que se importan y exportan desde un país concreto, y cobrar los impuestos establecidos, se puede afirmar que las aduanas en el mundo entero, fueron creadas para recaudar una tributación, y por otro lado regular mercancías cuya naturaleza pudiera afectar la producción, la salud o la paz de la nación.

2.2.1 Misiones de la Aduana

Las misiones de la Aduana, o las misiones que desarrollan los organismos de control aduaneros en las siguientes:

Fiscal: Mediante la aplicación de determinados derechos de importación/exportación (aranceles) a la introducción o salida de las mercancías.

Seguridad: Íntimamente ligada con la anterior evita el fraude aduanero y lucha contra el contrabando (ya sea de drogas, armas, patrimonio histórico, etc.)

Salud pública: Controla la entrada de animales, alimentos, residuos tóxicos, etc. que podrían suponer un peligro para la salud pública de los civiles.

Estadística: Elaboran estadísticas de Comercio Exterior.

2.2.2 Funcionamiento de la Aduana

Toda importación o exportación de mercancías está sometida a un despacho aduanero en el que puede ser exigido el pago de un derecho aduanero. El derecho de aduana recibe el nombre de arancel aduanero. A nivel mundial, incluyendo al Ecuador, se utiliza el Sistema Armonizado para la Designación y Codificación de Mercancías de la Organización Mundial de Aduanas, para clasificar las mercancías y determinar los derechos aplicables a cada una de ellas. Estos derechos son de uso exclusivo de los gobiernos, y suponen una provechosa fuente de ingresos para la hacienda pública.

Los derechos de aduana se ejercen sobre los productos extranjeros que entran al país, sobre los que salen del país, o sobre los que proceden del exterior y pasan transitoriamente los puertos y aeropuertos nacionales a modo de reexportación con la finalidad de proteger la producción nacional mediante el encarecimiento a través de estos impuestos de las mercancías extranjeras.

Con ello se favorece al producto nacional frente al extranjero, dado que parte en condiciones más ventajosas a la hora de ofrecer un precio más competitivo en el mercado interno. Esta protección, llevada al extremo, es conocida como proteccionismo.

Actualmente en la aduana ecuatoriana no sólo se devenga y exige el pago de los aranceles, sino también las restricciones y regulaciones no

arancelarias, las cuales se aplican en casos de práctica desleal de Comercio Exterior (discriminación de precios, subvenciones, entre otros), así como también el impuestos indirectos sobre el consumo (valor añadido) o sobre consumos específicos (accisas).

2.2.3 El Agente de Aduana

El agente de Aduana es la persona natural o jurídica, debidamente autorizada por las respectivas autoridades aduaneras, que actúa ante los organismos competentes (aduanas, ministerios, y demás entes privados o públicos) en nombre y por cuenta de un tercero que contrata sus servicios y le otorga un poder autenticado y permanente, en los trámites de una operación de importación, exportación o tránsito. Según diversas legislaciones se constituye como un auxiliar de la administración aduanera.

La información que se encuentra en los puntos siguientes está tomada de la Pagina Web Oficial de la Aduana del Ecuador: www.aduana.gob.ec.

2.3 El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE)

El SENAE es una empresa estatal, autónoma y moderna, orientada al servicio. Es parte activa del quehacer nacional e internacional y facilitadores del Comercio Exterior, con un alto nivel profesional, técnico y tecnológico. El SENAE está en constante innovación y perfeccionamiento de los procesos, con el objetivo de brindar la mejor calidad en el servicio al usuario. Este organismo está consciente que en las instituciones, el principal recurso es el humano y se

encuentra listo para enfrentar cualquier reto, comprometidos con la gran responsabilidad que implica ser la Aduana del Ecuador.

2.3.1 Breve historia del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador

Una vez que se instituyera la Primera Asamblea Constituyente, el 14 de agosto de 1830 en Riobamba y naciera la República del Ecuador, nació el nuevo quehacer aduanero. Es necesario recordar que en la primera constitución del Ecuador, constó que los departamentos del Azuay, Guayas y Quito quedaban reunidos en un solo cuerpo independiente con el nombre de Ecuador.

La Administración de la Real Aduana y Alcabalas de Guayaquil, fueron creadas en 1778 por el visitador y presidente de la Audiencia de Quito, Sr. Don José García de León y Pizarro, por lo que es lógico que, con el nacimiento de la República, se siguiera contando con dichas instalaciones y aduanas, constituyéndose esta institución, en un legado del período colonial.

2.3.2 Misión del SENA

Impulsamos el Buen Vivir de la Sociedad Ecuatoriana, a través de un control eficiente al Comercio Exterior que promueva una competencia justa en los sectores económicos; teniendo como base un Recurso Humano honesto y productivo, una tecnología adecuada y un enfoque a la mejora permanente de nuestros servicios.

2.3.3 Visión del SENA

Ser un referente tecnológico en controles y servicios aduaneros con todos sus procesos automatizados e integrados, sustentado en un recurso humano altamente productivo, con una gestión orientada a los usuarios y a un comercio ágil y seguro.

2.3.4 Valores corporativos del SENA

- **Honestidad:** ser coherente entre lo que se piensa, dice y hace; tomando decisiones imparciales, objetivas e íntegras.
- **Responsabilidad:** enfocar los esfuerzo a cumplir con el trabajo de manera eficaz, eficiente y proactiva; asumiendo los resultados de las acciones.
- **Lealtad:** estar comprometidos individual y colectivamente con el desarrollo del país y la institución.

2.3.5 Estructura Orgánica. Mapa de Procesos

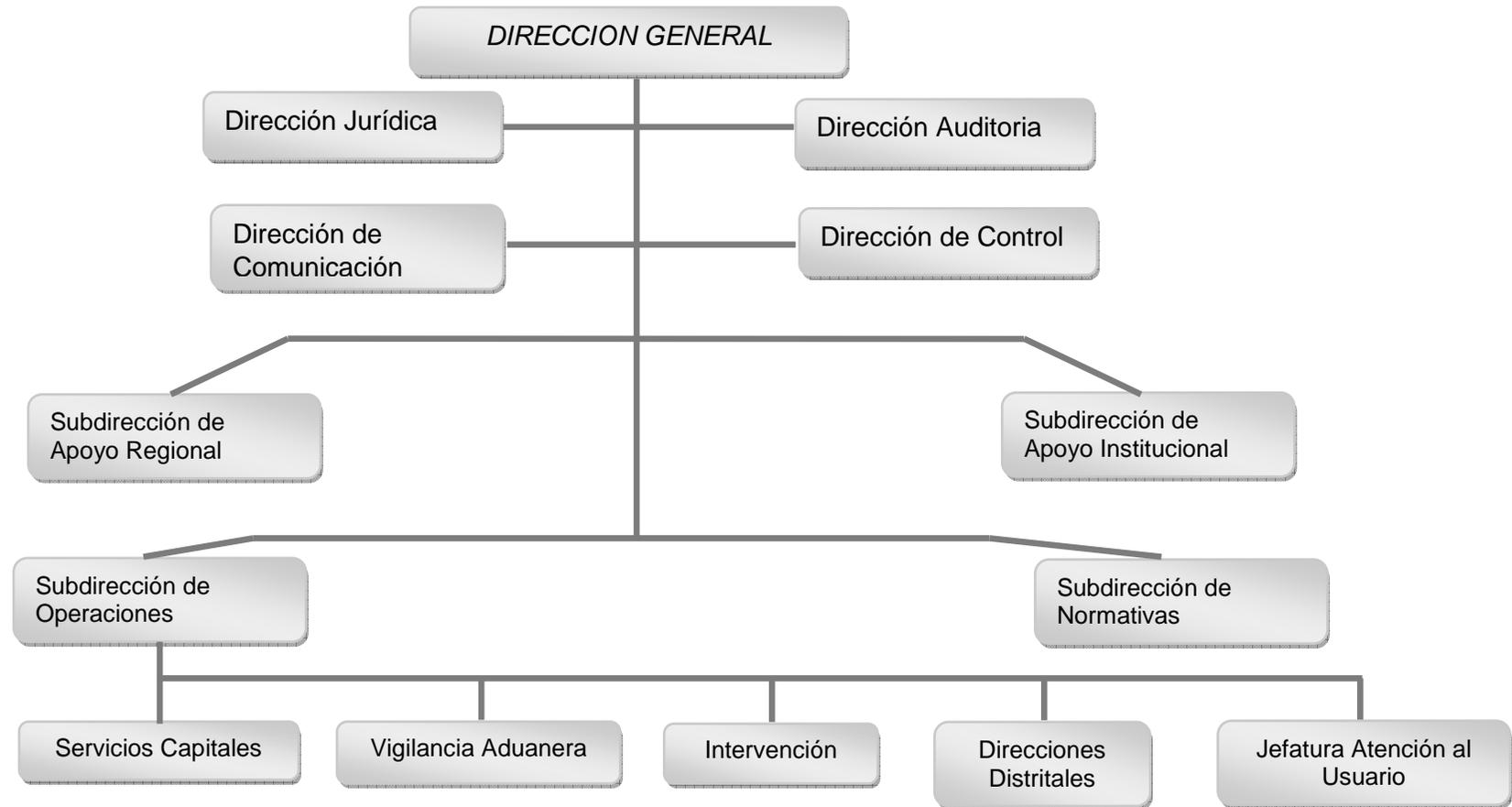
ESTRUCTURA ORGÁNICA



Elaborado por: Angie P. Montalvo

Año: 2014

MAPA DE PROCESOS



Elaborado por: Angie P. Montalvo

Año: 2014

2.3.6 Declaración juramentada de bienes de funcionarios

La nueva administración del SENA E, continúa dando muestras de cambio. Por primera vez en la historia de la Institución, se realizó en el año 2013 la publicación de la declaración juramentada de bienes de los empleados de nivel jerárquico superior, incluyendo a su máxima autoridad, el Director General, gestor de esta positiva decisión, que busca transparentar el trabajo que realizan quienes laboran en la Institución.

La opinión pública se convierte, de esta manera, en fiscalizador directo de la gestión de funcionarios como Directores nacionales y distritales, subgerente regional y de zona de carga aérea, director del Sistema de Vigilancia Aduanera y asesores de la Dirección General. Transparencia, Ética y Honestidad, son valores que practica la actual administración del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

2.3.7 Distritos del SENA E en el Ecuador

Los distritos del SENA E en Ecuador se encuentran distribuidos en:

- Cuenca
- Esmeraldas
- Guayaquil
- Huaquillas
- Latacunga
- Loja Macará
- Manta
- Puerto Bolívar
- Quito
- Tulcán

2.3.8 Procedimientos que deben cumplirse en el SENA

Para Viajeros:

- ¿Qué se consideran efectos de viajeros?
- ¿Qué son bienes tributables?
- ¿Qué es el Formulario de Registro Aduanero?
- ¿Cómo está conformado un grupo familiar?
- ¿Qué es Retención de Equipaje?
- ¿Existe un límite de valor para las mercancías que ingresen por Sala de Arribo Internacional del viajero?
- ¿Qué sucede si el límite de valor para las mercancías que ingresan por Sala de Arribo Internacional del viajero excede al indicado?
- ¿Las mercancías ingresadas por Sala de Arribo Internacional del viajero, están exentas de la presentación de documentos de control previo?
- ¿Qué sucede si el pasajero o grupo familiar trae consigo mercancías que superen los USD. 500,00?
- ¿Cuál es el plazo para cancelar los tributos al comercio exterior luego de liquidada la mercancía por Sala de Arribo Internacional?
- ¿Cuáles son las infracciones en las que podría incurrir un viajero?
- ¿Cuáles son los pasos a seguir si los efectos personales son enviados como carga general?
- ¿Qué sucede si luego del acto de aforo se determina que los artículos no son considerados efectos personales?
- ¿En qué casos procede el Reembarque de las mercancías ingresadas

por Sala de Arribo Internacional?

- ¿Cómo se calcula el Valor de Aduana de las mercancías?
- ¿Cómo se debe proceder cuando arriben mascotas como carga general en los aeropuertos internacionales?
- ¿Cuáles son los tributos al comercio exterior?

Para Importar:

¿Qué es una Importación? Es la acción de ingresar mercancías extranjeras al país cumpliendo con las formalidades y obligaciones aduaneras, dependiendo del régimen de importación al que se haya sido declarado.

¿Cuáles son los Regímenes de Importación?

- Importación para el Consumo (Art. 147 COPCI).
- Admisión Temporal para Reexportación en el mismo estado (Art. 148 COPCI).
- Admisión Temporal para Perfeccionamiento Activo (Art. 149 COPCI).
- Reposición de Mercancías con Franquicia Arancelaria (Art. 150 COPCI).
- Transformación bajo control Aduanero (Art. 151 COPCI).
- Depósito Aduanero (Art. 152 COPCI).
- Reimportación en el mismo estado (Art. 152 COPCI).

Base Legal:

- Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones R. O. 351 del 29 de diciembre 2010
- Reglamento al título de la Facilitación aduanera para el Comercio, del libro V del COPCI R.O. 452 19 de mayo de 2011 Resoluciones del Comité de Comercio Exterior.

Para Exportar:

¿Cómo se obtiene el Registro de Exportador? Una vez gestionado el RUC en el Servicio de Rentas Internas, se deberá:

Paso 1: adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades:

- Banco Central del Ecuador: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/>
- Security Data: <http://www.securitydata.net.ec/>

Paso 2: registrarse en el portal de ECUAPASS:(<http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>). Aquí se podrá:

1. Actualizar base de datos.
2. Crear usuario y contraseña.
3. Aceptar las políticas de uso.
4. Registrar firma electrónica.

Revisar el boletín 32-2012, en el cual se encuentra un video demostrativo sobre el registro al portal ECUAPASS. El Consejo Nacional de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI) estableció que los exportadores adicionalmente se registren con el Ministerio de Industrias y Competitividad cuando se refieran a:

- Exportaciones de chatarra y desperdicios metales ferrosos y no ferrosos. Resolución 400 del 13 de septiembre de 2007 y publicada en el Registro Oficial Suplemento 233 del 17 de diciembre de 2007.
- Exportaciones de cueros y pieles. Resolución 402 del 13 de septiembre de 2007 y publicada en el Registro Oficial 222 del 29 de noviembre de 2007.

2.3.9 Comunicaciones del SENA E

Dentro de los servicios de atención al usuario que presta el SENA E, se pueden señalar los canales de comunicación siguientes:

- Estado Trámites Operativos portal.aduana.gob.ec/
- Integración de Estados de Trámites Arancel portal.aduana.gob.ec/
- Servicios informativos.
- Arancel.
- Tributos fijos.
- Atención Presencial.
- Salas de Atención al Usuario de los distritos aduaneros.
- Procedimientos Aduaneros Guayaquil Puerto Marítimo Guayaquil.
- Zona de Carga Aérea TCE Quito.
- Información general del nuevo sistema Ecuapass o sobre Servicios Aduaneros.
- Procedimientos Aduaneros.
- Menaje de Casa.
- Soporte para transmisiones electrónicas y en la funcionalidad de los módulos del sistema Informático Aduanero.
- Denuncias sin incentivos.
- Procedimientos aduaneros, reclamos, felicitaciones, sugerencias, consultas sobre normativa aduanera.

2.3.10 Departamento de Atención al Usuario

El Departamento de Atención al Usuario del SENA E en el Ecuador, tiene estructurado los requisitos siguientes:

Misión

Atender de manera personalizada a los usuarios en la absolución de consultas o novedades reportadas, contribuyendo a simplificar la relación de los usuarios con la Servicio Nacional de Aduana del Ecuador y orientarlos de manera oportuna y adecuada de la información sobre la operación del sistema, situaciones emergentes, difusión masiva de boletines, procedimientos, etc.

Atención al Usuario

- Lineamientos y protocolos de atención al usuario.
- Propuesta de mejora en base a retroalimentación de usuario.
- Base de datos de quejas, reclamos, observaciones y propuestas de usuarios.
- Difusión de instrucciones de usuarios del SENA E.
- Capacitación a usuarios.

Atribuciones y Responsabilidades

- Diseñar, implementar y administrar un sistema oportuno y adecuado de servicio y asistencia al usuario.
- Brindar información, asesoría y apoyo a los problemas e inquietudes presentados por los usuarios, en coordinación con las diferentes áreas involucradas, para su solución.
- Difundir por los diferentes medios de comunicación, las normas, requisitos, procedimientos e instrucciones que puedan interesar a los

OCEs y ciudadanía en general en coordinación con las respectivas direcciones nacionales.

- Previa disposición de la Dirección General, brindar el soporte y asistencia que fueren necesarios en los eventos que sean organizados por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.
- Canalizar las recomendaciones y reclamos en informes periódicos a las autoridades correspondientes.
- Autorización y registro claves de acceso al sistema informático, para uso de los OCEs.

Productos

- Lineamiento y protocolos de atención al usuario.
- Plan de mejoramiento continuo de atención al usuario.
- Propuesta de mejora en base a retroalimentación de usuario.
- Base de quejas, reclamos, observaciones y propuestas de usuarios.
- Plantillas de encuestas de atención al usuario.
- Manual de procedimiento de atención al usuario.
- Informes periódicos de recomendaciones, sugerencias y reclamos a las autoridades correspondientes.
- Informes de ejecución del plan mejoramiento.
- Guía de atención por errores en transmisión.
- Control de registro de OCEs a nivel nacional.
- Reporte de asignación de claves de uso del sistema a OCEs a nivel nacional.
- Difusión de instrucciones a los usuarios.
- Capacitación a usuarios.

CAPÍTULO 3

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Hipótesis

Con la aplicación de un adecuado Plan Estratégico para la puesta en marcha de la Norma ISO 9001:2000 se podrá contribuir de manera eficiente y eficaz a elevar la calidad del servicio que brinda el Departamento de Atención al usuario del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

3.2 Variables de la Investigación

Variable independiente: plan estratégico para aplicación de norma ISO9001:2000.

Indicadores:

- Bases teóricas.
- Procesos básicos de la organización.
- Formulación de objetivos.
- Disponibilidad de recursos.
- Actividades de control de cumplimientos.

Variable dependiente: calidad del servicio de atención al usuario.

Indicadores:

- Tiempo de atención al usuario.
- Rotación.
- Retención.
- Satisfacción.

3.3 Alcance de la Investigación

Esta investigación se limita al Departamento de Atención al Usuario del SENA, haciéndose el trabajo de campo en las áreas correspondientes del aeropuerto Mariscal Sucre de la ciudad de Quito, pero la propuesta que se presenta, adaptada y adoptada de la Aduana chilena y de Costa Rica, podrá tener un alcance nacional, o sea, a todos los departamentos de atención al usuario de los puntos de entrada y salida de mercancía en el Ecuador.

3.4 Objetivos

3.4.1 Objetivo general

- Analizar la atención al usuario del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador y la propuesta de un plan estratégico que contribuya a la aplicación de la Norma de Calidad ISO 9001:2000.

3.4.2 Objetivos específicos

- Determinar el nivel de satisfacción de los usuarios del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.
- Determinar las necesidades de los usuarios del SENA E, para identificar aspectos relevantes que sirvan de base para la implementación de la Norma ISO 9001:2000
- Diseñar un plan estratégico de acuerdo con los implementados en Chile y Costa Rica, para la aplicación de la Norma ISO 9001:2000 que sirva de guía para obtener la eficiencia en los procesos del SENA E del Ecuador.

3.5 Tipo de estudio

El tipo de estudio de esta investigación incluye la **documental-bibliográfica** a partir de las leyes y normas actuales que regulan la actividad de atención al público del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador y **de campo**, con la aplicación de tres instrumentos de investigación directamente en el lugar, una **guía de observación**, una **encuesta y una entrevista**. El nivel de profundidad que se espera alcanzar con los resultados obtenidos, tienen que ver con los de una investigación **exploratoria y descriptiva**.

Para el desarrollo del estudio que se proyecta, será necesario aplicar además, diferentes métodos de investigación, derivados de las fuentes a trabajar, con el propósito de obtener la información necesaria. Los métodos que se utilizarán serán los siguientes:

Inductivo: es aquel que establece proposiciones de carácter general inferido de la observación y el estudio analítico de hechos y fenómenos particulares. La utilización de este método permitirá generar conclusiones las cuales serán derivadas precisamente de una observación sistemática y periódica de los hechos reales en el lugar donde se efectuará este estudio (Guía de observación).

Deductivo: para el caso de la investigación propuesta, desempeñará dos funciones específicas dentro del cientificismo investigativo:

- Encontrar el principio desconocido de un hecho conocido refiriendo el fenómeno a la ley que lo rige.
- Descubrir las consecuencias desconocidas de un fenómeno conocido, ya que al conocer una ley, la misma podrá aplicarse a fenómenos menores.

Histórico: permitirá conocer el objeto de estudio en su proceso de desarrollo, concibiéndolo desde su aparición, perfeccionamiento y extinción. La aplicación de este método permitirá esclarecer las distintas etapas del proceso de atención al usuario en su sucesión cronológica de acuerdo a sus formas concretas de manifestación histórica en el Ecuador.

Analítico: mediante este método, se podrá comprender las características del objeto a través de las partes que la integran haciendo una separación de sus componentes y observando periódicamente cada uno de ellos con el fin de identificar su dinámica particular con las relaciones de correspondencia que

guardan entre sí que originan las características generales que se necesitaba conocer.

Sintético: con este método se podrán reunir los elementos del todo previamente ya separados y descompuestos para su análisis. Se reunirán las partes divididas para su análisis luego de haber sido previamente estudiadas.

Observación científica: se aplicará la observación para la adquisición de los conocimientos fundamentales sobre el problema planteado así como su solución o propuesta de solución.

3.6 Métodos de la Investigación

De acuerdo con la investigación realizada, el método aplicado en el estudio estuvo orientado al trabajo cualitativo y cuantitativo aunque preponderantemente cualitativo, por lo que el mismo fue cuali-cuantitativo.

3.7 Técnicas de la Investigación

Los instrumentos de investigación aplicados para la recolección de datos fueron una encuesta, una entrevista y una guía de observación y se diseñaron teniendo en cuenta las fuentes primarias y secundarias seleccionadas. Como fuentes secundarias, se utilizaron libros, manuales, folletos, periódicos e información en páginas Web mientras que como fuente primaria, fueron los datos recogidos en el lugar de estudio.

Los datos se obtuvieron a partir de un conjunto de preguntas normalizadas y dirigidas a la población estadística en estudio (cien por ciento de la misma), con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos.

La investigadora seleccionó las preguntas más convenientes de acuerdo con la naturaleza de la investigación, vinculando las dimensiones-indicadores-ítems construidos. Por tanto, la principal fuente de investigación fue la guía de observación, la entrevista y la encuesta, mediante las que se obtuvieron los datos necesarios para conocer la forma en la que se desarrolla la atención al público en Departamento de Atención al usuario del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

La elaboración de la guía de observación y la encuesta aplicadas constó de dos etapas:

- **Obtención de datos estadísticos.** Para ello se diseñaron las preguntas sobre el tema utilizando la escala de Likkert y cuyas respuestas fueran lo más breves y concretas posible.
- **Análisis, interpretación y discusión de la información recogida.** Los valores cuantitativos de ambos instrumentos fueron recogidos en forma de tabla, graficándolos mediante el programa de computación Excel 2010, para después proceder a su análisis parcial y general, los cuales posteriormente se compararon, deduciéndose de dichos análisis las conclusiones y recomendaciones generales.

3.8 Procedimientos de la Investigación

De acuerdo con lo planificado en el diseño de esta investigación, luego de establecer los instrumentos, se pasó a su aplicación. A continuación se refieren los procedimientos ejecutados en todo el proceso de la investigación:

- Aprobación del Plan de Tesis.
- Diseño de los Instrumentos.
- Validación de los Instrumentos.
- Aplicación de los Instrumentos.
- Tabulación de resultados.
- Realización de los cuadros, gráficos y análisis parciales.
- Análisis crítico de resultados.
- Elaboración de las conclusiones.
- Elaboración de las recomendaciones.
- Elaboración del Informe.
- Redacción de la propuesta.
- Validación de la propuesta.
- Elaboración del informe de la propuesta.

3.9 Población y muestra

La investigación que se presenta, se efectuó con los directivos y empleados del Departamento de Atención al usuario del SENA, así como con las tres categorías de usuarios los cuales utilizan los servicios de Aduana de esta institución que se encuentra ubicada en las áreas del aeropuerto internacional Mariscal Sucre de la ciudad de Quito. Los instrumentos de

investigación aplicados estuvieron vinculados a:

- **Guía de observación:** aplicada por la investigadora en el Departamento de Atención al Usuario.
- **Entrevista:** realizada a los directivos del Departamento de Atención al Usuario.
- **Encuesta:** aplicada a los usuarios que en un día establecido, solicitaron los servicios del Departamento de Atención al Usuario.

“La población o universo se refiere al conjunto para el cual serán válidas las conclusiones que se obtengan de los elementos o unidades (personas, instituciones o cosas) involucradas en la investigación.”: dice (Morales, 2004: 17), citado por Arias (2009). Ahora bien, según (Andino, 2005: 49), la muestra va a ser;

(...) un conjunto representativo de la población o del universo, cuyos estudios que se realicen van a generalizar los resultados mediante la aplicación de procedimientos estadísticos. Una muestra debe tener dos características básicas: tamaño y representatividad.

Sin embargo, el criterio de (Herrera, 2005: 76) explica:

(...) es una pequeña escala de representación de la población que se quiere estudiar, Es importante determinar el tamaño adecuado de una muestra y no se debe actuar con ligereza, por cuanto si se toma una muestra más grande de lo necesario es un desperdicio de recursos, y muestras muy pequeñas a menudo conlleva a tener resultados sin uso práctico, nada confiable por lo que el tamaño de la muestra estará relacionada con las características de la población en estudio, además de los recursos y el tiempo de que se dispone. Para obtener más exactitud en la información es necesario seleccionar una muestra mayor; sin embargo, el solo hecho de contar con una muestra grande no garantiza su representatividad. de esa manera, se considera que en una población igual o menor a los 200 elementos, se puede escoger el cien por ciento de los mismos como la muestra representativa.

La población y muestra seleccionada para el desarrollo de la investigación fueron los dos Directivos y seis empleados del Departamento de

Atención al Usuario del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, cuyas cifras se corresponden con el 100% del total de la población a estudiar. A los directivos se les realizó una entrevista mientras que a los empleados una encuesta.

En el caso de los usuarios, de acuerdo con las cifras diarias de atención en el último año (30 usuarios), se determinó tomar esa cifra para aplicar la encuesta en días específicos a tres tipos de usuarios: Operadores de Comercio Exterior, importadores y exportadores.

Tomando en cuenta las conceptualizaciones anteriores, y que la población de estudio no excedió los 200 sujetos, se trabajó con la totalidad de la misma, de tal forma que usando el criterio anterior, se concibió que este estudio gozara de mayor confiabilidad, ya que fue analizado el 100% de la población.

3.10 Análisis de los Resultados

Los análisis de los resultados se han estructurado de acuerdo con los instrumentos aplicados y la población trabajada, vinculando las respuestas obtenidas a los objetivos propuestos en la investigación. Se trabajó de la forma siguiente:

- La Entrevista se realizó a dos directivos.
- La Guía de observación la efectuó la investigadora un día hábil establecido al azar.
- La encuesta se aplicó a tres grupos diferentes de usuarios (Viajeros, Exportadores e Importadores).

3.10.1 Análisis de resultados de las entrevistas

El análisis que se presenta en cada uno de los ítems evaluados de los instrumentos de investigación aplicados, permitió ofrecer respuestas descriptivas de para cada una de las variables establecidas, las cuales fueron:

Variable independiente: plan estratégico para aplicación de norma ISO9001:2000.

Variable dependiente: calidad del servicio de atención al usuario.

Los resultados que se detallan, se encuentran organizados en base a cada instrumento trabajado, haciéndose una interpretación de cada pregunta para facilitar el proceso investigativo en función del estudio cualitativo y cuantitativo efectuado. Así mismo, los tipos de gráficos presentados se establecieron, teniendo en cuenta aspectos lógicos de una investigación, conceptualizados por Alvin y Heidi Toffler (2000) y Hernández Sampieri, Fernández y Baptista (2008).

ENTREVISTA No. 1

Realizada a directivos del Departamento de Atención al Usuario del SENA E en el Aeropuerto Mariscal Sucre, Quito.

Nombre: Ing. Roberto Enrique Barsosa Pazmiño.

Cargo: Director General.

Fecha: 12 de marzo de 2014.

RESPUESTAS (Ver Preguntas Apéndice A).

1. Yo creo que están establecidos todos los mecanismos necesarios para que haya una buena atención al usuario, lo que no sabría decirle hasta qué punto pueden ser efectivos en la realidad, porque ¿Son verdaderamente los que deberían ser?
2. Claro que se brindan esos servicios pero considero que muchas veces, nuestro personal no está debidamente capacitado para atender y solucionar el problema planteado. Muchas veces no existe coordinación con otras áreas.
3. Todo se difunde, tenemos una página WEB aunque desconozco el nivel de información que tienen los usuarios.
4. Normalmente no de esa manera, creo que no tenemos una cultura sistemática de atender este detalle.
5. Sí, en la página WEB del SENA E se puede encontrar toda la información muy bien detallada, aunque a veces no está actualizada. Para mí lo que puede ser un problema es el conocimiento que tenga el usuario de consultar en el internet.
6. Yo creo que sí y donde está el problema es en el control de esos cumplimientos. Muchas veces no se controla si se cumplió una determinada cosa o no.

ENTREVISTA No. 2

Realizada a directivos del Departamento de Atención al Usuario del SENAE en el Aeropuerto Mariscal Sucre, Quito.

Nombre: Ing. Henry Darwin Arboleda Sánchez.

Cargo: Subdirector General.

Fecha: 12 de marzo de 2014.

RESPUESTAS (Ver Preguntas Apéndice A).

1. No podría afirmar de forma rotunda a esta pregunta pues constantemente estamos recibiendo quejas y reclamos de los usuarios.
2. Muchas de las quejas y reclamos tienen que ver con servicios que si se informan, por lo que habría que revisar si dichas informaciones llegan a los usuarios.
3. Hay folletos y una página WEB donde se informa de todos nuestros servicios pero no sé si los usuarios los conocen.
4. Depende del tipo de reclamo porque muchas veces ni me llego a enterar hasta que me acerco y pregunto, pero no hago este trabajo de una manera periódica, hay veces que me intereso solo por responsabilidades de mi cargo.
5. Hay una página WEB del SENAE que está muy completa para la información que se necesite.
6. No tenemos estadísticas al respecto pues no se hace una comprobación de esta información.

3.10.1.1 Resumen de las entrevistas realizadas

Ítem	Pregunta	Entrevista No. 1	Entrevista No. 2
1	¿Existe diseñado, implementado y administrado un sistema oportuno y adecuado de servicio y asistencia al usuario?	Yo creo que están establecidos todos los mecanismos necesarios para que haya una buena atención al usuario, lo que no sabría decirle hasta qué punto pueden ser efectivos en la realidad, porque ¿Son verdaderamente los que deberían ser?	No podría afirmar de forma rotunda a esta pregunta pues constantemente estamos recibiendo quejas y reclamos de los usuarios.
2	¿Se brinda información, asesoría y apoyo a los problemas e inquietudes presentados por los usuarios en coordinación con las diferentes áreas involucradas para su solución?	Claro que se brindan esos servicios pero considero que muchas veces, nuestro personal no está debidamente capacitado para atender y solucionar el problema planteado. Muchas veces no existe coordinación con otras áreas.	Muchas de las quejas y reclamos tienen que ver con servicios que si se informan por lo que habría que revisar si dichas informaciones llegan a los usuarios.
3	¿Se difunde por los diferentes medios de comunicación las normas, requisitos, procedimientos e instrucciones que puedan interesar a los OCE's y ciudadanía en general en coordinación con las respectivas direcciones involucradas?	Todo se difunde, tenemos una página WEB aunque desconozco el nivel de información que tiene los usuarios.	Hay folletos y una página WEB donde se informa de todos nuestros servicios pero no sé si los usuarios la conocen.
4	¿Se canalizan las recomendaciones y reclamos en informes periódicos a las autoridades correspondientes?	Normalmente no de esa manera, creo que no tenemos una cultura sistemática de atender este detalle.	Depende del tipo de reclamo porque muchas veces ni me llego a enterar hasta que me acerco y pregunto, pero no hago este trabajo de una manera periódica.
5	¿Existe un sistema informático que informe sobre los servicios del SENAE?	Sí, en la página WEB del SENAE se puede encontrar toda la información muy bien detallada, aunque a veces no está actualizada. Para mí lo que puede ser un problema es el conocimiento que tenga el usuario de consultar en el internet.	Hay una página WEB del SENAE que está muy completa para la información que se necesite.
6	¿Considera usted que se cumplen las exigencias determinadas en los reglamentos establecidos por la Dirección General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador?	Yo creo que sí y donde está el problema es en el control de esos cumplimientos. Muchas veces no se controla si se cumplió una determinada cosa o no.	No tenemos estadísticas al respecto pues no se hace una comprobación de esta información.

Elaborado por: Angie P. Montalvo.

Año: 2014.

3.10.1.2 Conclusiones de las entrevistas

De acuerdo con las respuestas ofrecidas por los entrevistados, principales directivos del Departamento de Atención al Usuario en el SENA E del Aeropuerto Mariscal Sucre de la ciudad de Quito, se puede concluir que no existe un correcto plan estratégico que regule el trabajo de atención al usuario, como tampoco existe un control y retroalimentación donde puedan conocerse las falencias que existen para poder modificar y enmendar los errores que se cometen diariamente.

3.10.2 Análisis de resultados de la guía de observación

El jueves 13 de marzo de 2014, la investigadora se presentó en el Departamento de Atención al Usuario del SENA E en el Aeropuerto Mariscal Sucre y de forma anónima, observó el desarrollo de las actividades que allí se realizaron de acuerdo con la guía de observación que se describe.

Los resultados obtenidos se ofrecen a continuación:

Observación efectuada en el Departamento de Atención al Usuario del SENA E en el Aeropuerto Mariscal Sucre, Quito.

Fecha: 13 de marzo de 2014.

Aplicada por: la investigadora.

LISTA DE COTEJO (Ver Apéndice B).

1. ¿Se observa diseñado, implementado y administrado un sistema oportuno y adecuado de servicio y asistencia al usuario?

De acuerdo con los usuarios atendidos ese día (32), se puede afirmar que no se observa diseñado, implementado y administrado un sistema oportuno y adecuado de servicio y asistencia al usuario.

2. ¿Se brinda información, asesoría y apoyo a los problemas e inquietudes presentados por los usuarios en coordinación con las diferentes áreas involucradas para su solución?

De acuerdo con los usuarios atendidos ese día (32), se puede afirmar que no se brinda información, asesoría y apoyo a los problemas e inquietudes presentados por los usuarios en coordinación con las diferentes áreas involucradas para su solución.

3. ¿Se difunde por los diferentes medios de comunicación las normas, requisitos, procedimientos e instrucciones que puedan interesar a los OCE's y ciudadanía en general en coordinación con las respectivas direcciones involucradas?

A simple vista se pudo comprobar que no existe de forma clara y accesible una información sobre las normas, requisitos, procedimientos e instrucciones que puedan interesar a los OCE's y ciudadanía en general en coordinación con las respectivas direcciones involucradas.

4. ¿Se canalizan las recomendaciones y reclamos en informes periódicos a las autoridades correspondientes?

No se observó en ningún momento de las ocho horas de trabajo de ese día, que se canalizara alguna recomendación o reclamo en algún informe a las autoridades correspondientes.

5. ¿Existe autorización y registros claves de acceso al sistema informático para uso de los OCE's?

Se pudo comprobar que sí existe autorización y registros claves de acceso al sistema informático para uso de los OCE's.

6. ¿Considera usted que se cumplen las exigencias determinadas en los reglamentos establecidos por la Dirección General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador?

La investigadora confirmó que no se cumplen las exigencias determinadas en los reglamentos establecidos por la Dirección General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

3.10.2.1 Conclusiones de la guía de observación

- No se observa que exista diseñado, implementado y administrado un sistema oportuno y adecuado de servicio y asistencia al usuario.
- No se brinda información, asesoría y apoyo a los problemas e inquietudes presentados por los usuarios en coordinación con las diferentes áreas involucradas para su solución.
- No existe de forma clara y accesible una información sobre las normas, requisitos, procedimientos e instrucciones que puedan interesar a los OCE's y ciudadanía en general en coordinación con las respectivas direcciones involucradas.

- No se canalizan las recomendaciones o reclamos en algún informe a las autoridades correspondientes.
- Existe autorización y registros claves de acceso al sistema informático para uso de los OCE's.
- No se cumplen las exigencias determinadas en los reglamentos establecidos por la Dirección General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

3.10.3 Análisis de resultados de la encuesta

Encuesta aplicada a usuarios del departamento de atención al usuario del SENAE en el Aeropuerto Mariscal Sucre, Quito. (Ver Apéndice C).

LEYENDA:

S: Siempre

CS: Casi Siempre

AV: A Veces

N: Nunca

CN: Casi Nunca

Para garantizar la efectividad de las respuestas, se decidió agruparlas en dos opciones básicas (Positivas y Negativas), señalando a las primeras en las definiciones de “Siempre” y “Casi siempre” y a las segundas en “A veces”, “Casi nunca” y “Nunca”.

3.10.3.1 Encuesta a Viajeros

Pregunta No. 1. ¿Utiliza con frecuencia los servicios de Aduana?

Tabla 1
Frecuencia de uso de los servicios aduaneros

ÍTEM	ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	ACUMULADO	
1	Siempre	12	40,0%	53,3%	Positivo
	Casi siempre	7	23,3%		
	A veces	4	13,4%	46,3%	Negativo
	Casi Nunca	7	23,3%		
	Nunca	0	0,0%		
TOTAL		30	100%	100%	

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

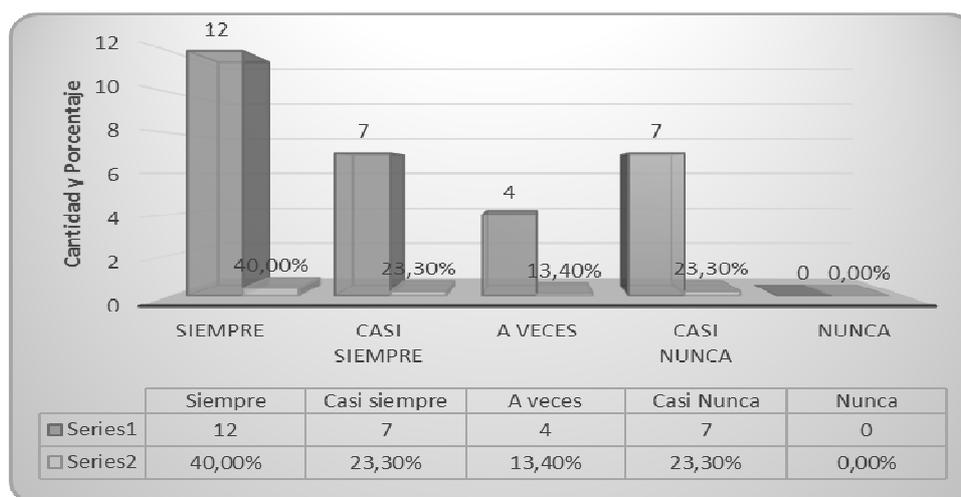


Figura 1
Frecuencia de uso de los servicios aduaneros

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

Análisis: De los viajeros encuestados, más de la mitad (53,3%), declaró que hace uso frecuente de los servicios de Aduana. Esta información es importante porque sus criterios con respecto al resto de las preguntas ofrecerá una fidedigna información a los intereses de esta investigación, lo que garantiza la calidad de los resultados obtenidos.

Pregunta No. 2. ¿Considera que existe un adecuado servicio al usuario?

Tabla 2
Considera que existe un adecuado servicio al usuario.

ÍTEM	ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	ACUMULADO	
2	Siempre	0	0,0%	0,0%	Positivo
	Casi siempre	0	0,0%		
	A veces	1	3,3%	100,0%	Negativo
	Casi Nunca	18	60,0%		
	Nunca	11	36,7%		
TOTAL		30	100%	100%	

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

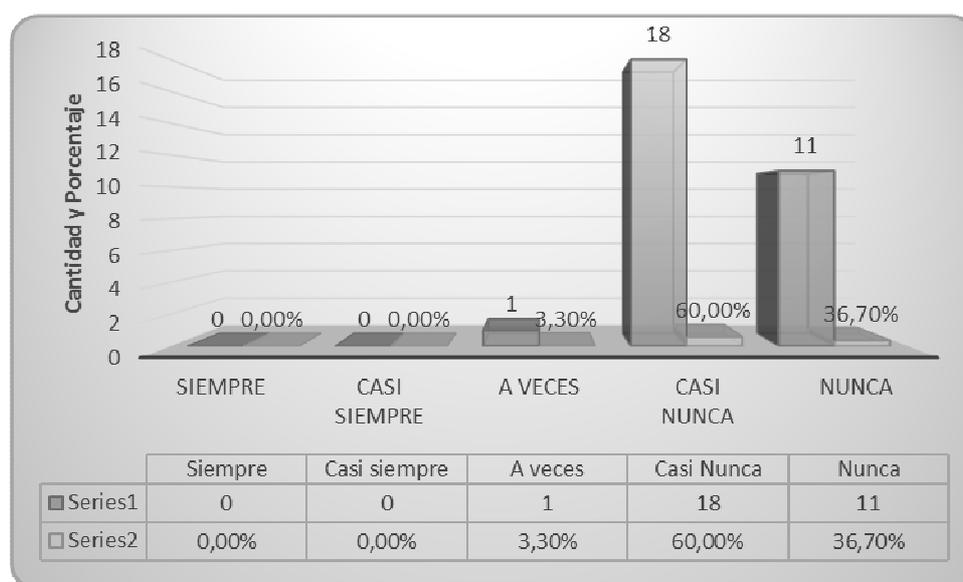


Figura 2

Considera que existe un adecuado servicio al usuario.

Fuente: Investigación de campo.

Año: 2014.

Análisis: El cien por ciento de las respuestas coinciden en que no existe un adecuado servicio al usuario, que se puede resumir en una insatisfacción respecto al proceso de trámites que el mismo necesita hacer para receptor la mercancía que despachó en el aeropuerto de salida desde donde viajó hasta la ciudad de Quito.

Pregunta No. 3. ¿Recibe usted una asistencia oportuna ante sus necesidades de servicio en este departamento?

Tabla 3
Asistencia oportuna ante sus necesidades de servicio

ÍTEM	ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	ACUMULADO	
3	Siempre	1	3,3%	23,3%	Positivo
	Casi siempre	6	20,0%		
	A veces	4	13,3%	76,6%	Negativo
	Casi Nunca	19	63,3%		
	Nunca	0	0,0%		
TOTAL		30	100%	100%	

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

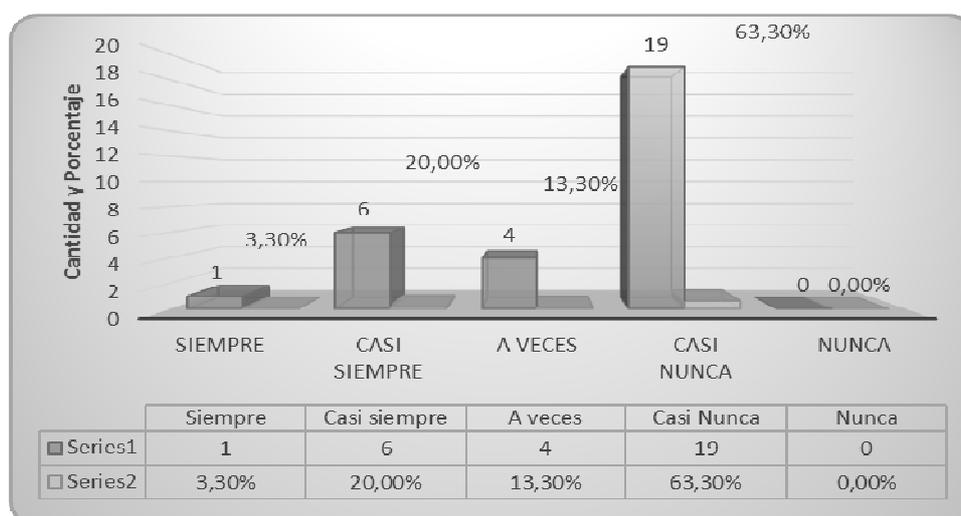


Figura 3
Asistencia oportuna ante sus necesidades de servicio
Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

Análisis: La asistencia oportuna ante las necesidades de servicio está dada por cualquier diligencia que surja en medio de los trámites que se realizan para sacar la mercancía embarcada. Solamente el 23,3% de los encuestados ofrecieron una respuesta positiva mientras que más del setenta por ciento declaró una respuesta negativa. Se puede concluir que existen falencias importantes dentro de la organización de atención al usuario.

Pregunta No. 4. ¿Cree que la información recibida le ayuda a agilizar los trámites que realiza?

Tabla 4
La información recibida le ayuda a agilizar los trámites

ÍTEM	ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	ACUMULADO	
4	Siempre	1	3,3%	23,3%	Positivo
	Casi siempre	6	20,0%		
	A veces	4	13,4%	76,7%	Negativo
	Casi Nunca	11	36,6%		
	Nunca	8	26,7%		
TOTAL		30	100%	100%	

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

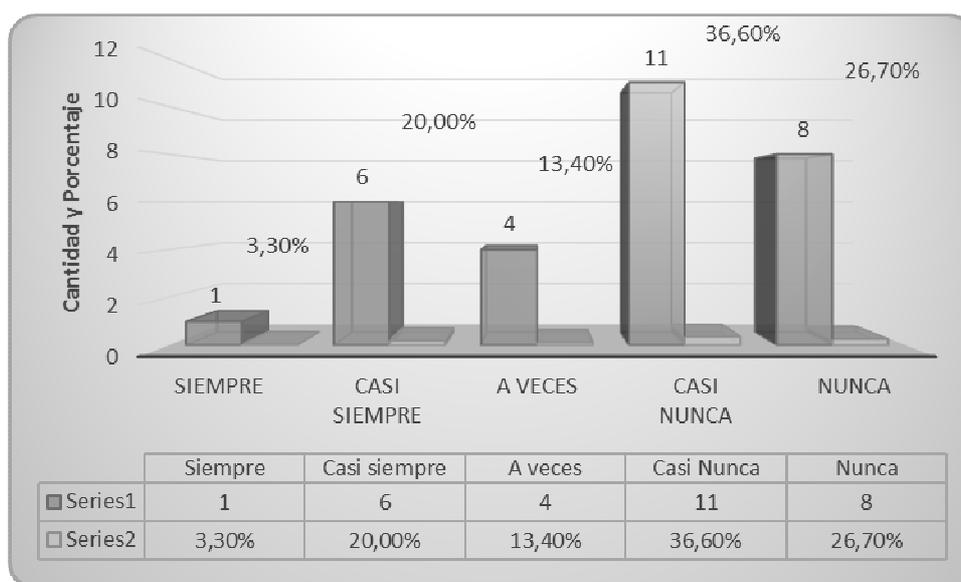


Figura 4
La información recibida le ayuda a agilizar los trámites
Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

Análisis: De igual forma que la pregunta anterior, las mismas cifras obtenidas coinciden con que la información recibida no le ayuda a agilizar los trámites que realiza respecto a poder rescatar su mercancía embarcada en el aeropuerto de salida. Se concluye que existen falencias directas con la información que se le ofrece al viajero respecto al proceso de obtener su mercancía.

Pregunta No. 5. Si desconoce algo en específico ¿Recibe usted la asesoría necesaria cuando la solicita?

Tabla 5
Asesoría necesaria recibida cuando la solicita.

ÍTEM	ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	ACUMULADO	
5	Siempre	2	6,7%	30,0%	Positivo
	Casi siempre	7	23,3%		
	A veces	14	46,7%	70,0%	Negativo
	Casi Nunca	7	23,3%		
	Nunca	0	0,0%		
TOTAL		30	100%	100%	

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

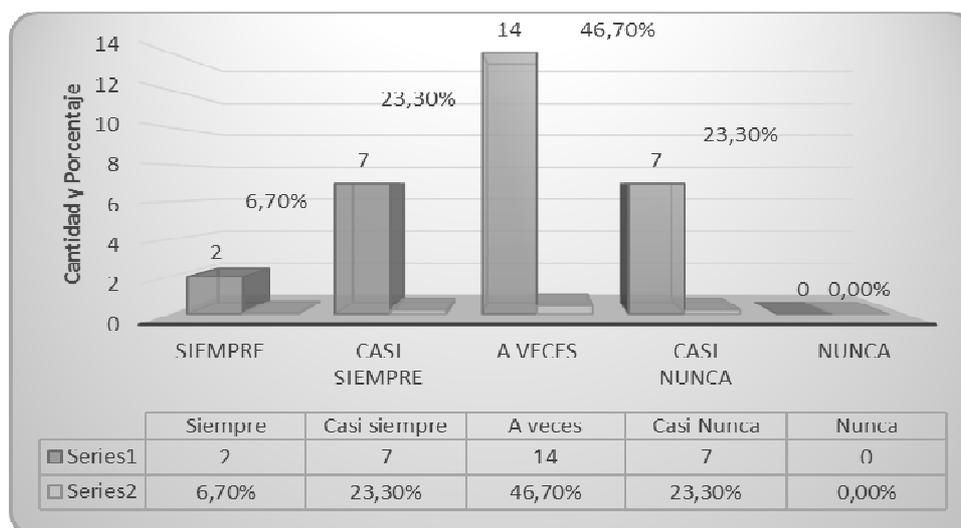


Figura 5
Asesoría necesaria recibida cuando la solicita

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

Análisis: Solo el 30% de los usuarios que han solicitado asesoría al necesitar alguna información, la ha recibido de forma oportuna y el 70% de los encuestados declaró negativamente. Se concluye que las respuestas dadas coinciden que existen falencias importantes cuando se trata de ofrecer una correcta asesoría ante dudas que se presentan durante los trámites de los viajeros.

Pregunta No. 6. ¿Existen facilidades para canalizar sus reclamos a las autoridades correspondientes?

Tabla 6
Facilidades para canalizar reclamaciones

ÍTEM	ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	ACUMULADO	
6	Siempre	0	0,0%	0,0%	Positivo
	Casi siempre	0	0,0%		
	A veces	4	13,4%	100,0%	Negativo
	Casi Nunca	26	86,6%		
	Nunca	0	0,0%		
TOTAL		30	100%	100%	

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

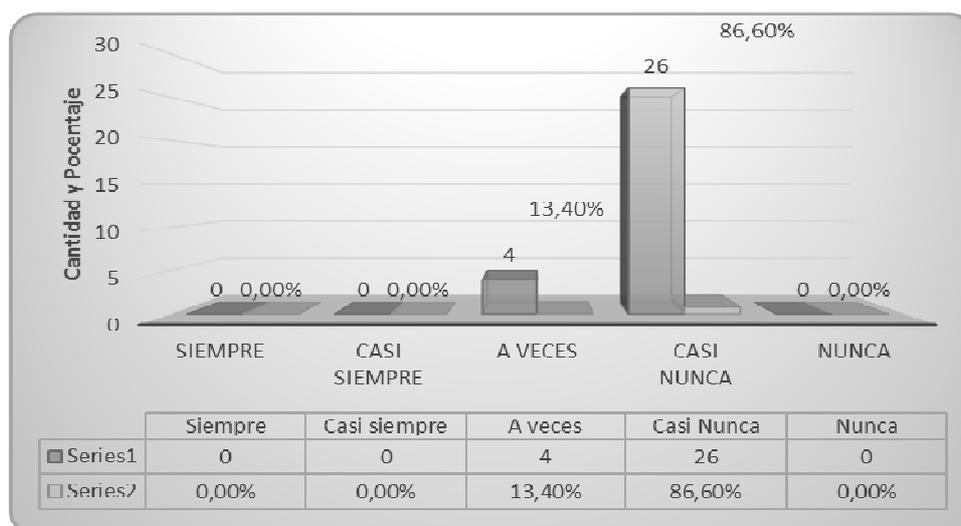


Figura 6
Facilidades para canalizar reclamaciones

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

Análisis: Las facilidades que debe tener un usuario para canalizar sus quejas o reclamos deben ser claras a la hora de que éste manifieste cualquier inconformidad respecto al servicio que recibe. De las respuestas obtenidas (el 100% fueron negativas), se desprende que los usuarios no tienen facilidades para conocer los criterios sobre el servicio que se ofrece.

Pregunta No. 7. ¿Usted conoce que existe un reglamento de atención al usuario en este departamento?

Tabla 7
Conocimiento del reglamento de atención al usuario

ÍTEM	ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	ACUMULADO	
7	Siempre	2	6,7%	30,0%	Positivo
	Casi siempre	7	23,3%		
	A veces	14	46,7%	70,0%	Negativo
	Casi Nunca	7	23,3%		
	Nunca	0	0,0%		
TOTAL		30	30	100%	

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

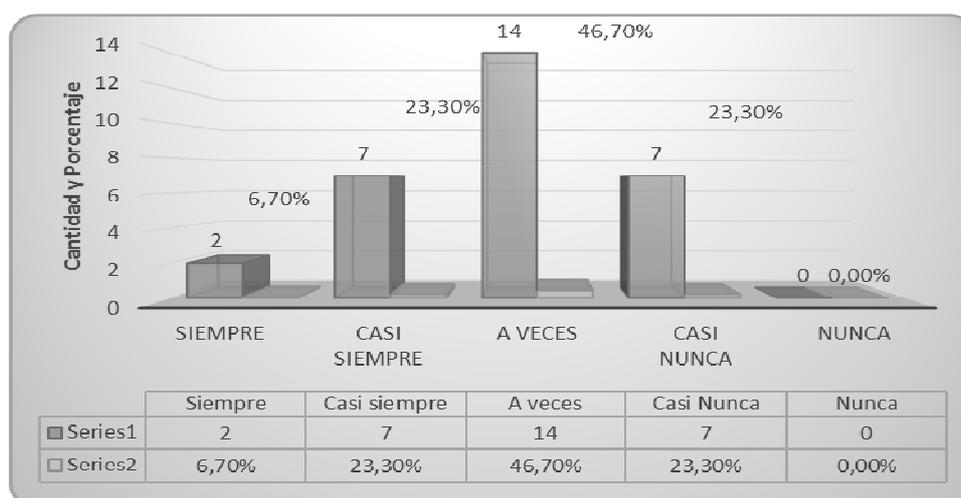


Figura 7
Conocimiento del reglamento de atención al usuario

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

Análisis: El conocimiento de que exista un reglamento de atención al usuario, es un dato importante cuando se requiere de un servicio específico pues el usuario siente un respaldo ante cualquier deficiencia en la atención de sus necesidades. En esta pregunta, el 30% de los encuestados respondió sí conocer que existe este reglamento. Objetivamente es una cifra muy baja que demuestra falencias en la información que se brinda.

Pregunta No. 8. ¿Considera que se cumplen las normas esenciales de atención al usuario en este departamento?

Tabla 8
Cumplimiento de las normas de atención al usuario

ÍTEM	ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	ACUMULADO	
8	Siempre	12	40%	63,3%	Positivo
	Casi siempre	7	23,3%		
	A veces	4	13,4%	36,7%	Negativo
	Casi Nunca	7	23,3%		
	Nunca	0	0,0%		
TOTAL		30	100%	100%	

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

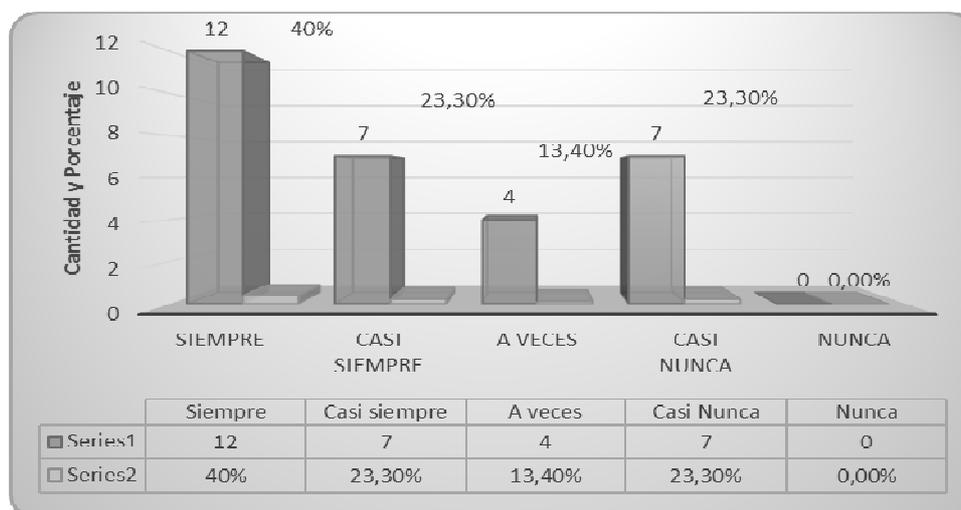


Figura 8
Cumplimiento de las normas de atención al usuario
Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

Análisis: El cumplimiento de las normas esenciales de atención al usuario es aprobado por un poco más del sesenta por ciento de los encuestados, exactamente el 63,3%. Aunque es una cifra relativamente alta, hay que resaltar que casi el cuarenta por ciento de los encuestados declaró que no se cumplen las normas esenciales de atención al usuario por lo que hay que tener en cuenta esta situación a la hora de elaborar la propuesta.

Pregunta No. 9. ¿Cree que la estructura e infraestructura actual del Departamento de Atención al Usuario reúne las condiciones necesarias para una excelente atención al público?

Tabla 9
Condiciones de estructura e infraestructura actual

ÍTEM	ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	ACUMULADO	
9	Siempre	24	80,0%	100,0%	Positivo
	Casi siempre	6	20,0%		
	A veces	0	0,0%	0,0%	Negativo
	Casi Nunca	0	0,0%		
	Nunca	0	0,0%		
TOTAL		30	100%	100%	

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

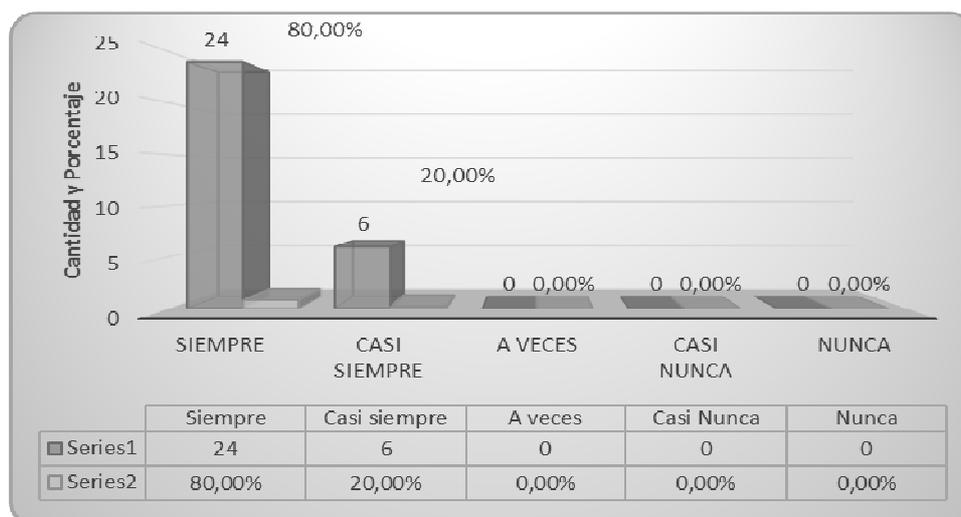


Figura 9
Condiciones de estructura e infraestructura actual.

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

Análisis: El cien por ciento de los encuestados manifestó su conformidad con las condiciones de estructura e infraestructura que existen en el nuevo Aeropuerto Mariscal Sucre por lo que se puede afirmar que en el diseño de la propuesta para mejorar el servicio de atención al usuario, no será necesario incluir estos dos aspectos tan importantes.

Pregunta No. 10. ¿Considera adecuado el aspecto personal y la limpieza de los empleados encargados de atender sus gestiones aduaneras?

Tabla 10
Adecuado aspecto personal y limpieza de los empleados

ÍTEM	ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	ACUMULADO	
10	Siempre	30	100,0%	100,0%	Positivo
	Casi siempre	0	0,0%		
	A veces	0	0,0%	0,0%	Negativo
	Casi Nunca	0	0,0%		
	Nunca	0	0,0%		
TOTAL		30	100%	100%	

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

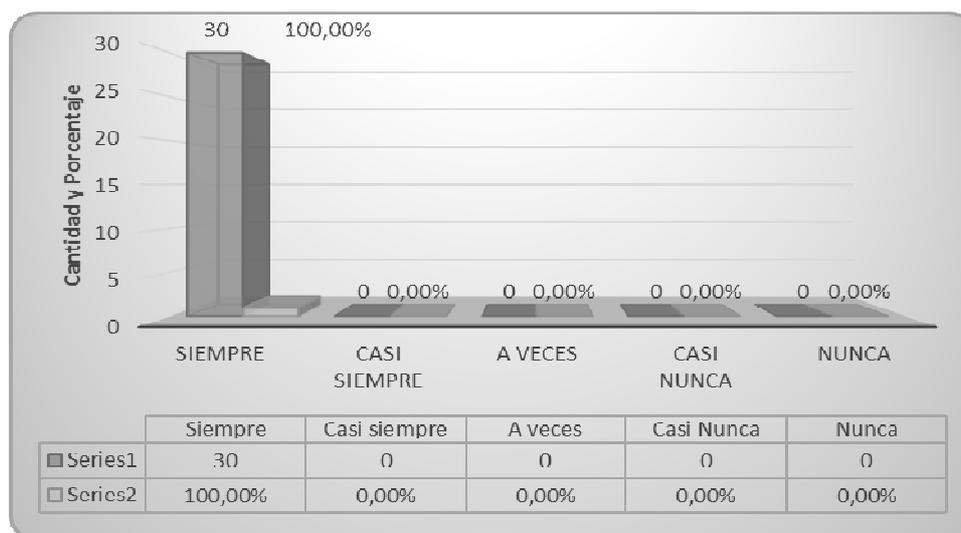


Figura 10
Adecuado aspecto personal y limpieza de los empleados
Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

Análisis: De igual manera que la estructura e infraestructura de las instalaciones de los servicios aduaneros, el aspecto personal y la limpieza de los empleados son considerados por las respuestas obtenidas como detalles positivos dentro de la atención al usuario que se prestan actualmente por lo que tampoco será necesario incluirlos en el diseño de la propuesta que esta tesis presenta.

Pregunta No. 11. ¿Se siente satisfecho con la atención recibida?

Tabla 11
Satisfacción con la atención recibida

ÍTEM	ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	ACUMULADO	
11	Siempre	0	0,0%	0,0%	Positivo
	Casi siempre	0	0,0%		
	A veces	0	0,0%	100,0%	Negativo
	Casi Nunca	27	90,0%		
	Nunca	3	10,0%		
TOTAL		30	100%	100%	

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

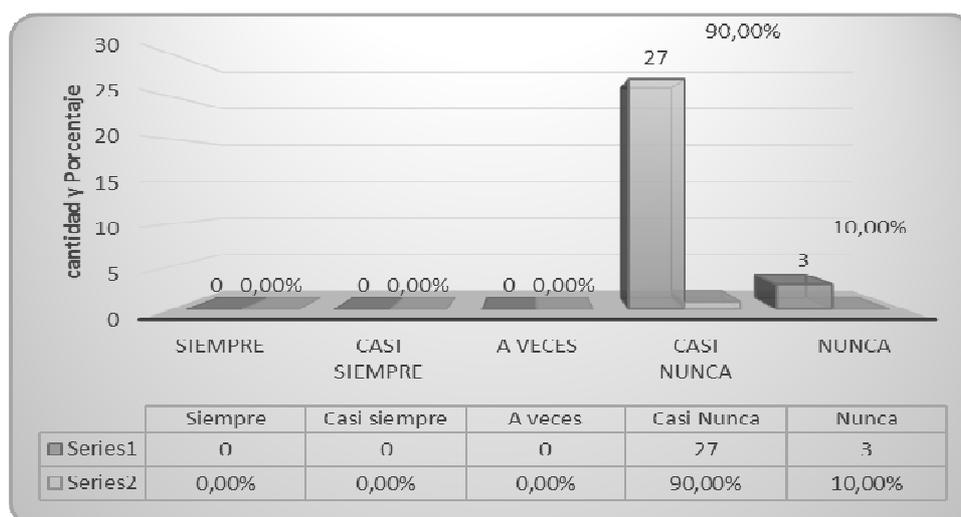


Figura 11
Satisfacción con la atención recibida

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

Análisis: Esta pregunta trata de resumir de manera general el nivel de satisfacción o insatisfacción de los usuarios encuestados, sus resultados son alarmantes, pues el cien por ciento de las respuestas han sido de insatisfacción. Si se aparta las respuestas positivas sobre la estructura, infraestructura, aspecto personal y limpieza, se puede concluir que las falencias están dadas por la información, asesoría, tiempo de demora en los despachos y trámites que se realizan por lo que son los aspectos principales a tener en cuenta en la elaboración de la propuesta.

3.10.3.2 Encuesta a Usuarios que Importan

Pregunta No. 1. ¿Utiliza con frecuencia los servicios de Aduana?

Tabla 12
Frecuencia de uso de los servicios aduaneros

ÍTEM	ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	ACUMULADO	
1	Siempre	30	100,00%	100,0%	Positivo
	Casi siempre	0	0,00%		
	A veces	0	0,00%	0,0%	Negativo
	Casi Nunca	0	0,00%		
	Nunca	0	0,00%		
TOTAL		30	100%	100%	

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

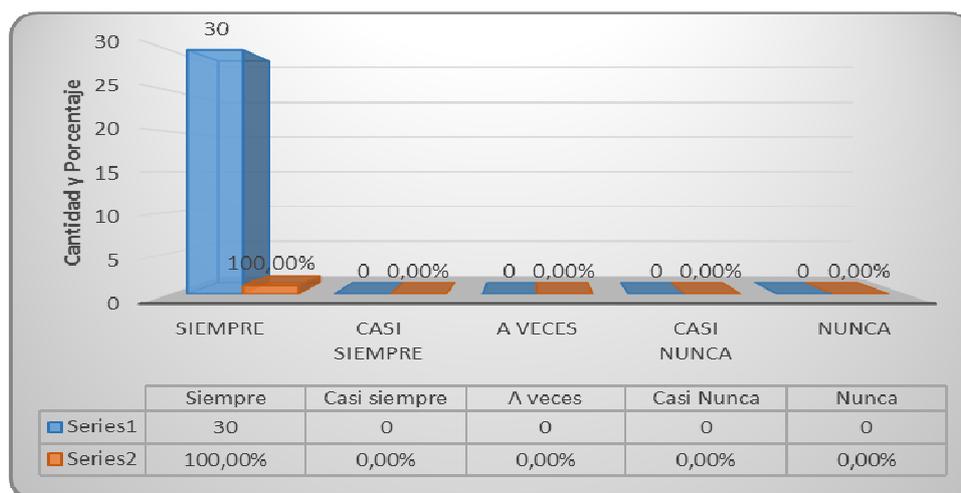


Figura 12
Frecuencia de uso de los servicios aduaneros

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

Análisis: Los criterios de los usuarios que importan son referencias muy importantes pues son parte decisiva en el uso de las instalaciones y servicios objeto de esta investigación por lo que el cien por ciento de los encuestados haga uso frecuente de los servicios aduaneros garantiza una adecuada información para la elaboración de la propuesta.

Pregunta No. 2. ¿Considera que existe un adecuado servicio al usuario?

Tabla 13

Considera que existe un adecuado servicio al usuario

ÍTEM	ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	ACUMULADO	
2	Siempre	2	6,7%	30,0%	Positivo
	Casi siempre	7	23,3%		
	A veces	14	46,7%	70,0%	Negativo
	Casi Nunca	7	23,3%		
	Nunca	0	0,0%		
TOTAL		30	30	100%	

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

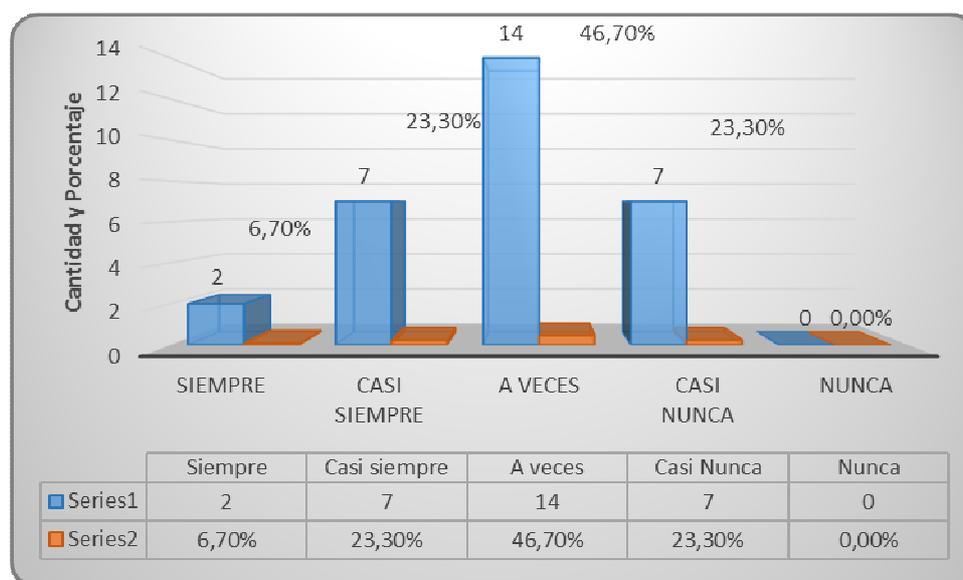


Figura 13

Considera que existe un adecuado servicio al usuario

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

Análisis. El 70% de los usuarios manifiesta que no existe un adecuado servicio al usuario en el área de importación de mercancías por lo que se confirma la coincidencia con las respuestas dadas por los viajeros sobre la existencia de falencias en el servicio que se presta.

Pregunta No. 3. ¿Recibe usted una asistencia oportuna ante sus necesidades de servicio en este departamento?

Tabla 14
Asistencia oportuna ante sus necesidades de servicio

ÍTEM	ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	ACUMULADO	
3	Siempre	0	0,0%	0,0%	Positivo
	Casi siempre	0	0,0%		
	A veces	4	13,4%	100,0%	Negativo
	Casi Nunca	26	86,6%		
	Nunca	0	0,0%		
TOTAL		30	100%	100%	

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

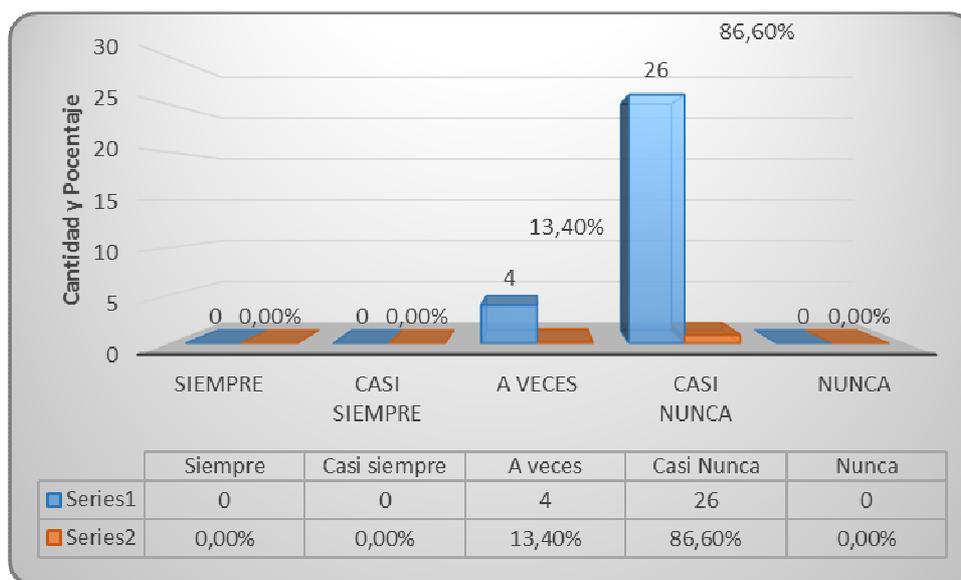


Figura 14

Asistencia oportuna ante sus necesidades de servicio

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

Análisis. El cien por ciento de los usuarios de este servicio, señala que no recibe una asistencia oportuna ante sus necesidades del servicio recibido, lo que resalta que existen claras dificultades vinculadas con la extracción de las mercancías importadas.

Pregunta No. 4. ¿Cree que la información recibida le ayuda a agilizar los trámites que realiza?

Tabla 15
La información recibida le ayuda a agilizar los trámites

ÍTEM	ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	ACUMULADO	
4	Siempre	2	6,7%	30,0%	Positivo
	Casi siempre	7	23,3%		
	A veces	14	46,7%	70,0%	Negativo
	Casi Nunca	7	23,3%		
	Nunca	0	0,0%		
TOTAL		30	100%	100%	

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

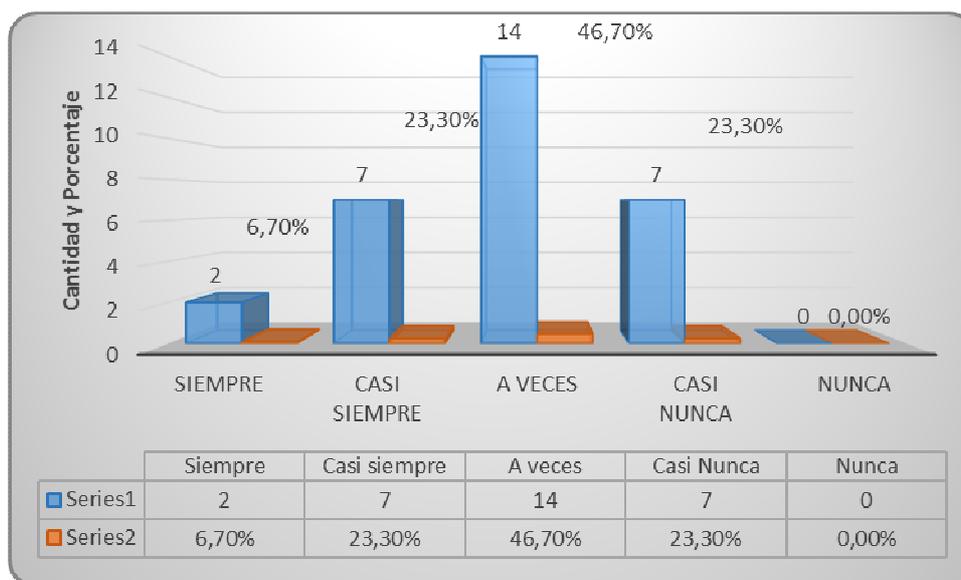


Figura 15
La información recibida le ayuda a agilizar los trámites
Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

Análisis: Solo el 30% de los encuestados manifiesta que la información recibida les ayuda a agilizar los trámites relacionados con la extracción de la mercancía importada por lo que este aspecto tan importante deberá ser considerado en la elaboración de la propuesta de esta investigación.

Pregunta No. 5. Si desconoce algo en específico ¿Recibe usted la asesoría necesaria cuando la solicita?

Tabla 16
Asesoría necesaria recibida cuando la solicita

ÍTEM	ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	ACUMULADO	
5	Siempre	1	3,3%	23,3%	Positivo
	Casi siempre	6	20,0%		
	A veces	4	13,4%	76,7%	Negativo
	Casi Nunca	11	36,6%		
	Nunca	8	26,7%		
TOTAL		30	100%	100%	

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

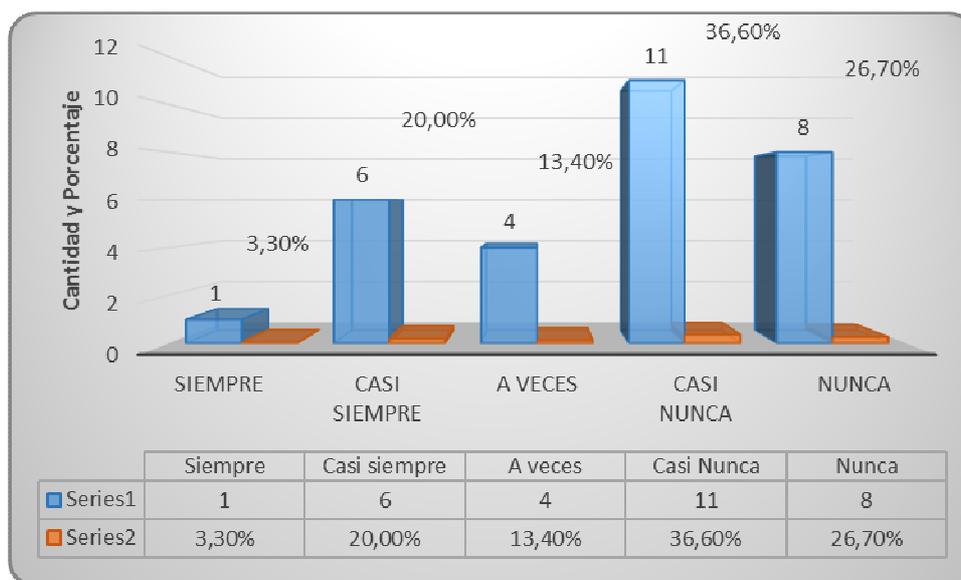


Figura 16
Asesoría necesaria recibida cuando la solicita

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

Análisis: Menos del 30% de las respuestas resultaron ser afirmativas ante el cuestionamiento del recibo de asesoría necesaria cuando se necesita. Otra importante falencia en la calidad del servicio al usuario, que debe ser tomada en cuenta para la elaboración de la propuesta.

Pregunta No. 6. ¿Existen facilidades para canalizar sus reclamos a las autoridades correspondientes?

Tabla 17
Facilidades para canalizar sus reclamaciones

ÍTEM	ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	ACUMULADO	
6	Siempre	12	40,0%	63,3%	Positivo
	Casi siempre	7	23,3%		
	A veces	4	13,4%	36,7%	Negativo
	Casi Nunca	7	23,3%		
	Nunca	0	0,0%		
TOTAL		30	100%	100%	

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

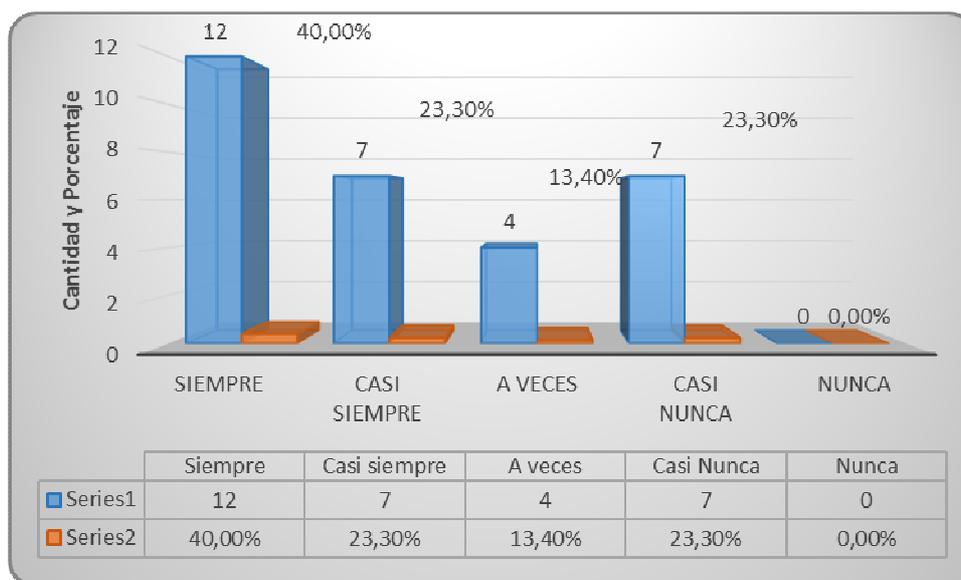


Figura 17
Facilidades para canalizar sus reclamaciones

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

Análisis: Aunque el 63,3% de los encuestados señala tener facilidades para canalizar sus reclamos, hay una cifra considerable que responde lo contrario (36,7%) por lo que este aspecto deberá ser incluido en la elaboración de la propuesta producto final de esta investigación.

Pregunta No. 7. ¿Usted conoce que existe un reglamento de atención al usuario en este departamento?

Tabla 18
Conocimiento del reglamento de atención al usuario

ÍTEM	ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	ACUMULADO	
7	Siempre	12	40,0%	63,3%	Positivo
	Casi siempre	7	23,3%		
	A veces	4	13,4%	36,7%	Negativo
	Casi Nunca	7	23,3%		
	Nunca	0	0,0%		
TOTAL		30	100%	100%	

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

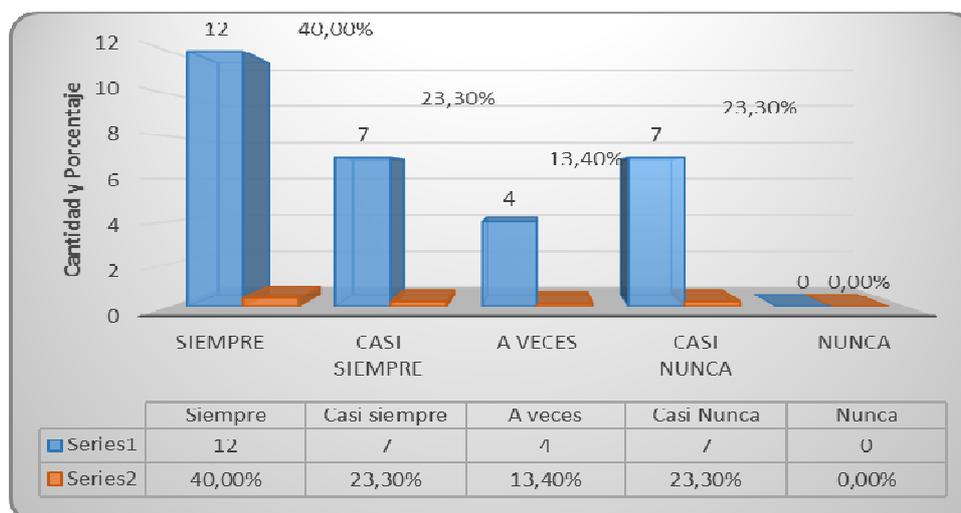


Figura 18
Conocimiento del reglamento de atención al usuario

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

Análisis: El conocimiento del reglamento de atención al usuario es un detalle importante que debe ser tenido en cuenta a la hora de que el mismo conozca sus deberes y derechos cuando recibe el servicio requerido. Que el 36,7% de los usuarios señale que no conoce dicho reglamento, arroja una importante falencia que se relaciona con la calidad de la información que se ofrece por lo que este detalle tiene que ser tenido en cuenta para el diseño de la propuesta.

Pregunta No. 8. ¿Considera que se cumplen las normas esenciales de atención al usuario en este departamento?

Tabla 19
Cumplimiento de las normas esenciales de atención al usuario

ÍTEM	ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	ACUMULADO	
8	Siempre	1	3,3%	23,3%	Positivo
	Casi siempre	6	20,0%		
	A veces	4	13,3%	76,6%	Negativo
	Casi Nunca	19	63,3%		
	Nunca	0	0,0%		
TOTAL		30	100%	100%	

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

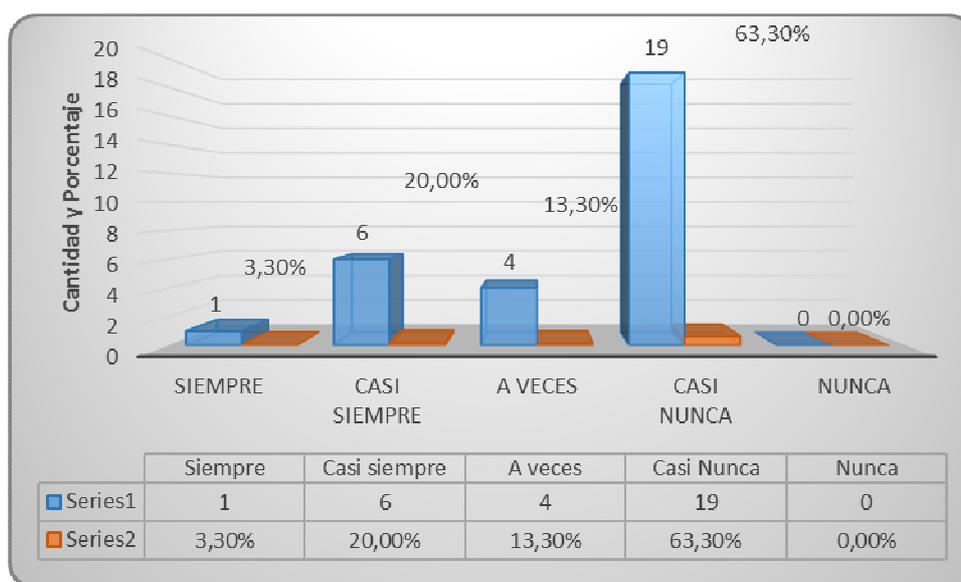


Figura 19

Cumplimiento de las normas esenciales de atención al usuario

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

Análisis: Menos del 30% de los encuestados señala que se cumplen con las normas esenciales de atención al usuario por lo que su coincidencia con las respuestas dadas por los viajeros, hace que obligatoriamente se tenga en cuenta la forma de controlar el cumplimiento de las obligaciones en el diseño de la propuesta a presentar.

Pregunta No. 9. ¿Cree que la estructura e infraestructura actual del departamento de atención al usuario reúne las condiciones necesarias para una excelente atención al público?

Tabla 20
Condiciones de estructura e infraestructura actual

ÍTEM	ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	ACUMULADO	
9	Siempre	30	100,0%	100,0%	Positivo
	Casi siempre	0	0,0%		
	A veces	0	0,0%	0,0%	Negativo
	Casi Nunca	0	0,0%		
	Nunca	0	0,0%		
TOTAL		30	100%	100%	

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

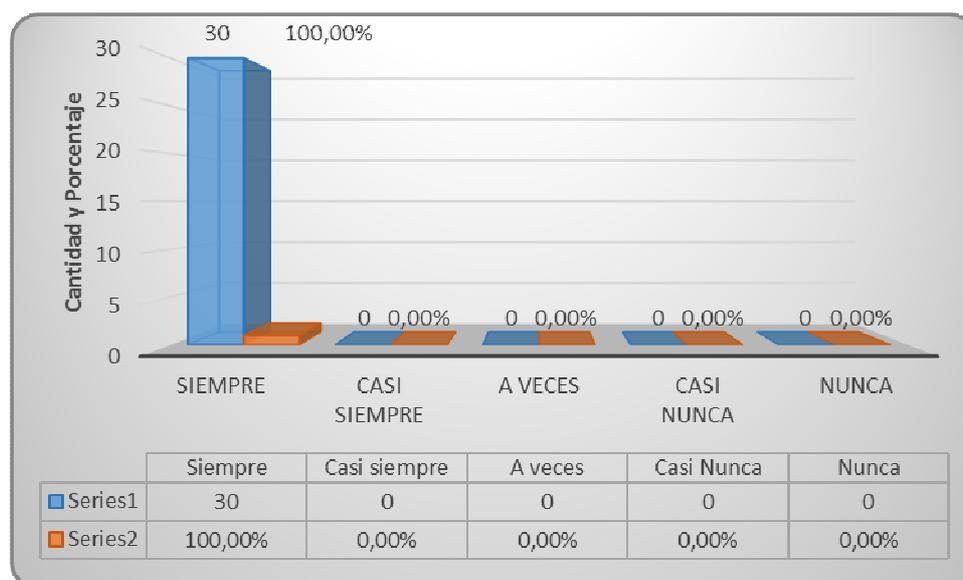


Figura 20

Condiciones de estructura e infraestructura actual

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

Análisis: El cien por ciento de los usuarios manifiesta una positiva identificación con las condiciones de estructura e infraestructura actual que existen en los servicios aduaneros del aeropuerto Mariscal Sucre (al igual que los viajeros), por lo que dicho aspecto, no será necesario para el diseño de la propuesta.

Pregunta No. 10. ¿Considera adecuada el aspecto personal y la limpieza de los empleados encargados de atender sus gestiones aduaneras?

Tabla 21
Adecuado aspecto personal y limpieza de los empleados

ÍTEM	ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	ACUMULADO	
10	Siempre	30	100,0%	100,0%	Positivo
	Casi siempre	0	0,0%		
	A veces	0	0,0%	0,0%	Negativo
	Casi Nunca	0	0,0%		
	Nunca	0	0,0%		
TOTAL		30	100%	100%	

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

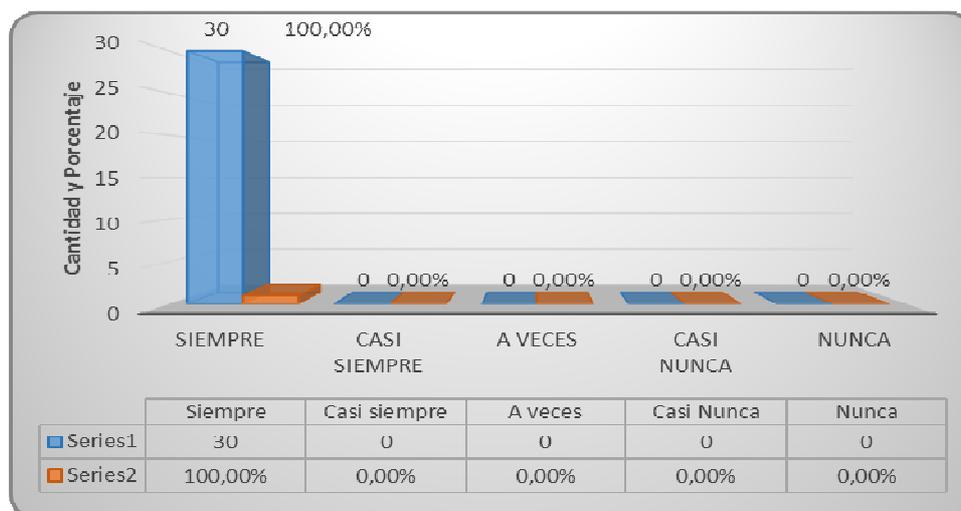


Figura 21
Adecuado aspecto personal y limpieza de los empleados
Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

Análisis: El cien por ciento de los usuarios manifiesta una positiva identificación con el adecuado aspecto personal y limpieza de los empleados que trabajan en los servicios aduaneros del aeropuerto Mariscal Sucre (al igual que los viajeros), por lo que dicho aspecto, no será necesario para el diseño de la propuesta.

Pregunta No. 11. ¿Se siente satisfecho con la atención recibida?

Tabla 22
Satisfacción con la atención recibida

ÍTEM	ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	ACUMULADO	
11	Siempre	0	0,0%	0,0%	Positivo
	Casi siempre	0	0,0%		
	A veces	4	13,4%	100,0%	Negativo
	Casi Nunca	26	86,6%		
	Nunca	0	0,0%		
TOTAL		30	100%	100%	

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

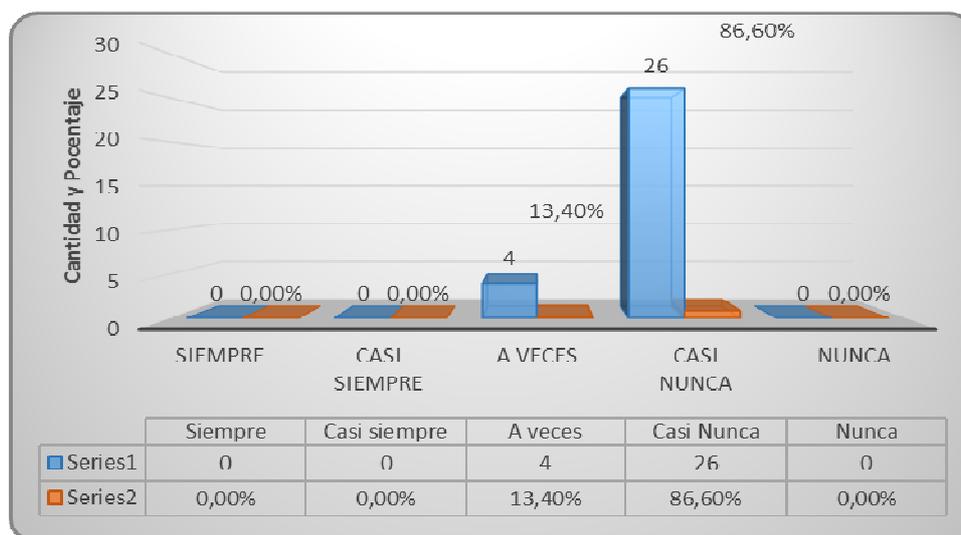


Figura 22
Satisfacción con la atención recibida

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

Análisis: Los niveles de insatisfacción de los usuarios que importan mercancías, al igual que los viajeros, coinciden en el cien por ciento, si se tiene en cuenta que la estructura, aspecto personal y limpieza, son aceptados como positivos también en el cien por ciento, se puede concluir que las falencias se vinculan a la información y asesoría que se ofrece, los tiempos de demora en los despachos y los trámites que se realizan. Serán los aspectos principales a tener en cuenta en la elaboración de la propuesta.

3.10.3.3 Encuesta a Usuarios que Exportan

Pregunta No. 1. ¿Utiliza con frecuencia los servicios de Aduana?

Tabla 23
Frecuencia de uso de los servicios aduaneros

ÍTEM	ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	ACUMULADO	
1	Siempre	30	100,0%	100,0%	Positivo
	Casi siempre	0	0,0%		
	A veces	0	0,0%	0,0%	Negativo
	Casi Nunca	0	0,0%		
	Nunca	0	0,0%		
TOTAL		30	100%	100%	

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

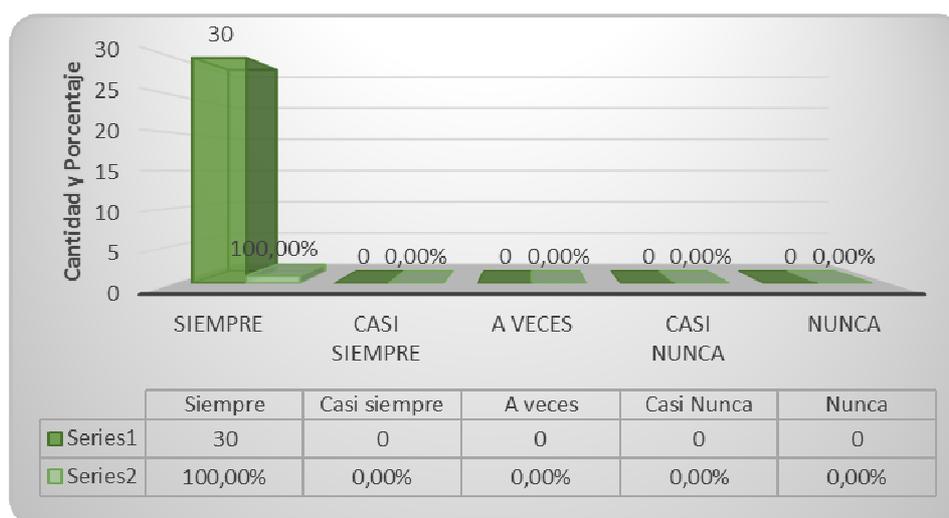


Figura 23
Frecuencia de uso de los servicios aduaneros.

Fuente: Investigación de campo.

Año: 2014.

Análisis: Los usuarios que exportan son otro segmento de la población imprescindible para conocer sobre la calidad del servicio a los usuarios que se ofrece en uno de los puntos más importantes del Comercio Exterior de la nación ecuatoriana por lo que la cifra del cien por ciento de los encuestados haga un uso frecuente de este servicio, ofrece una garantía excepcional en los datos obtenidos.

Pregunta No. 2. ¿Considera que existe un adecuado servicio al usuario?

Tabla 24
Considera que existe un adecuado servicio al usuario

ÍTEM	ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	ACUMULADO	
2	Siempre	0	0,0%	0,0%	Positivo
	Casi siempre	0	0,0%		
	A veces	4	13,4%	100,0%	Negativo
	Casi Nunca	26	86,6%		
	Nunca	0	0,0%		
TOTAL		30	100%	100%	

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

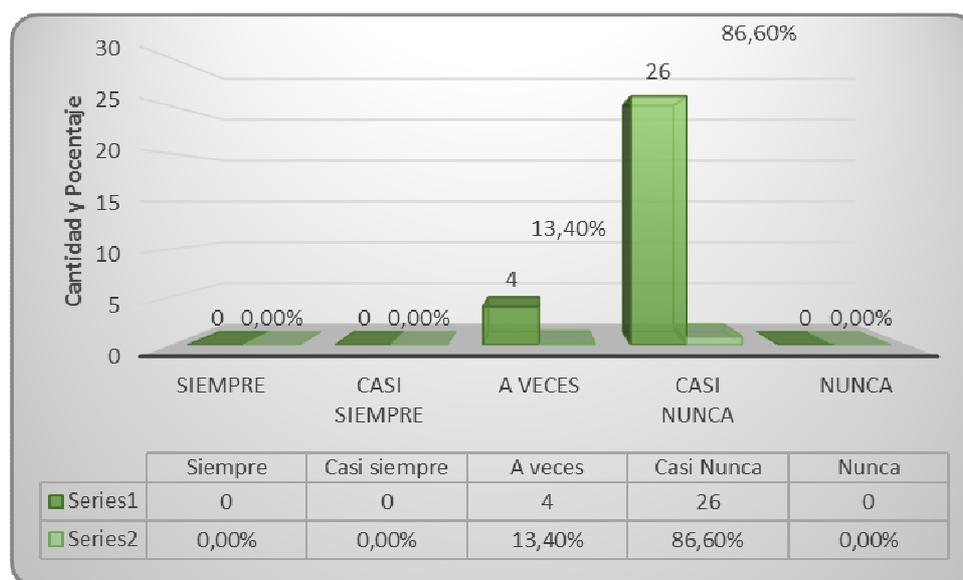


Figura 24

Considera que existe un adecuado servicio al usuario

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

Análisis: Muy importante conocer que el cien por ciento de los encuestados considera negativo la existencia de un adecuado servicio al usuario. Dicha respuesta, coincidente con los segmentos poblacionales anteriormente encuestados, confirma de manera objetiva la justificación de realizar esta investigación en el lugar apropiado.

Pregunta No. 3. ¿Recibe usted una asistencia oportuna ante sus necesidades de servicio en este departamento?

Tabla 25
Asistencia oportuna ante sus necesidades de servicio

ÍTEM	ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	ACUMULADO	
3	Siempre	30	100,0%	100,0%	Positivo
	Casi siempre	0	0,0%		
	A veces	0	0,0%	0,0%	Negativo
	Casi Nunca	0	0,0%		
	Nunca	0	0,0%		
TOTAL		30	100%	100%	

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

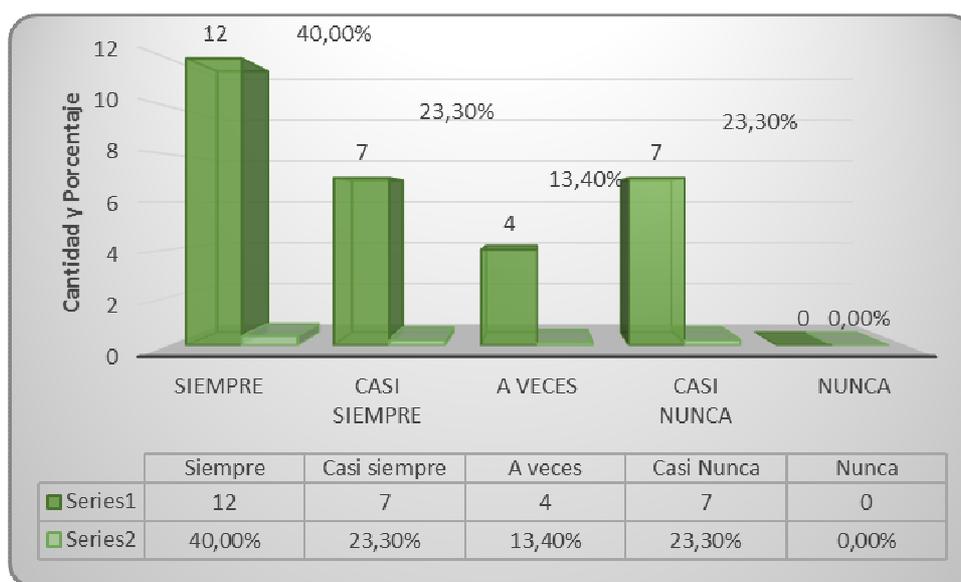


Figura 25

Asistencia oportuna ante sus necesidades de servicio

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

Análisis: El cien por ciento de las respuestas manifiesta recibir una asistencia oportuna ante las necesidades de servicio por lo que a diferencia de las otras áreas, no existe este problema en los usuarios exportadores de mercancías.

Pregunta No. 4. ¿Cree que la información recibida le ayuda a agilizar los trámites que realiza?

Tabla 26
La información recibida le ayuda a agilizar los trámites

ÍTEM	ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	ACUMULADO	
3	Siempre	30	100,0%	100,0%	Positivo
	Casi siempre	0	0,0%		
	A veces	0	0,0%	0,0%	Negativo
	Casi Nunca	0	0,0%		
	Nunca	0	0,0%		
TOTAL		30	100%	100%	

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

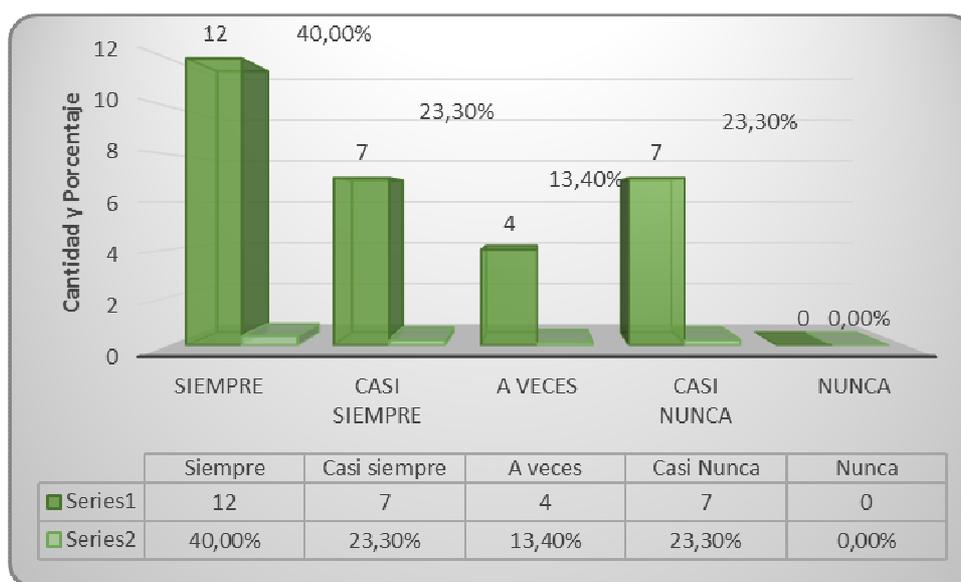


Figura 26
La información recibida le ayuda a agilizar los trámites
Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

Análisis: Al igual que en la pregunta anterior, el cien por ciento de las respuestas manifiesta la información recibida sí le ayuda a agilizar los trámites por lo que a diferencia de las otras áreas, no existe este problema en los usuarios exportadores de mercancías.

Pregunta No. 5. Si desconoce algo en específico ¿Recibe usted la asesoría necesaria cuando la solicita?

Tabla 27
Asesoría necesaria recibida cuando la solicita

ÍTEM	ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	ACUMULADO	
5	Siempre	1	3,3%	23,3%	Positivo
	Casi siempre	6	20,0%		
	A veces	4	13,3%	76,6%	Negativo
	Casi Nunca	19	63,3%		
	Nunca	0	0,0%		
TOTAL		30	100%	100%	

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

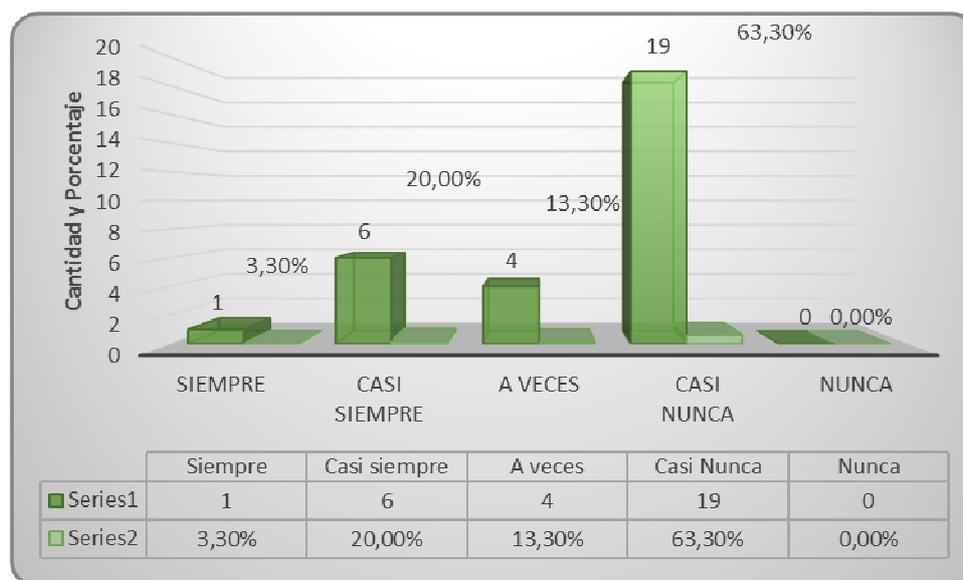


Figura 27
Asesoría necesaria recibida cuando la solicita

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

Análisis: Menos del 30% de las respuestas resultaron ser afirmativas ante el cuestionamiento del recibo de asesoría necesaria cuando se necesita. Otra importante falencia en la calidad del servicio al usuario, que debe ser tomada en cuenta para la elaboración de la propuesta. Otra coincidencia de falencias en la calidad del servicio al usuario que se repite en las tres áreas.

Pregunta No. 6. ¿Existen facilidades para canalizar sus reclamos a las autoridades correspondientes?

Tabla 28
Facilidades para canalizar sus reclamaciones

ÍTEM	ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	ACUMULADO	
6	Siempre	1	3,3%	23,3%	Positivo
	Casi siempre	6	20,0%		
	A veces	4	13,4%	76,7%	Negativo
	Casi Nunca	11	36,6%		
	Nunca	8	26,7%		
TOTAL		30	100%	100%	

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

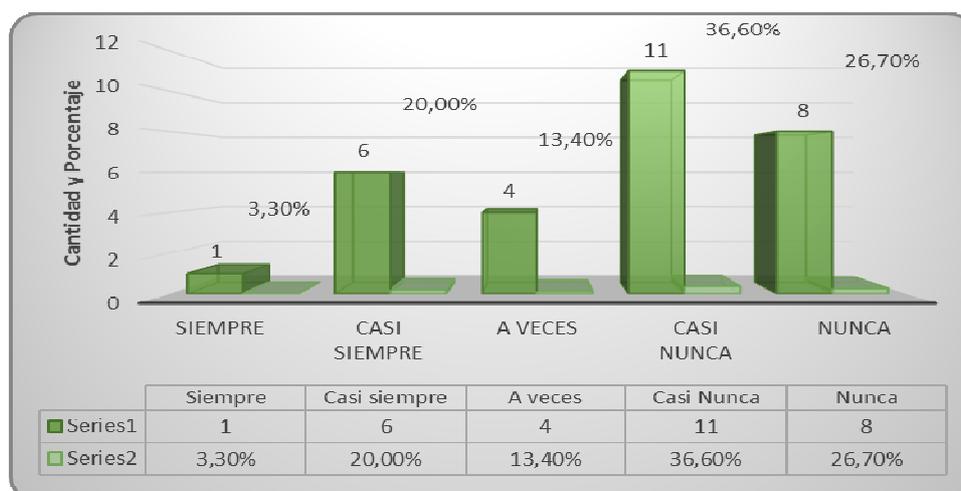


Figura 28
Facilidades para canalizar sus reclamaciones

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

Análisis: Menos del 30% de las respuestas resultaron ser afirmativas ante el cuestionamiento de facilidades para canalizar sus reclamos. Otra importante falencia en la calidad del servicio al usuario, que debe ser tomada en cuenta para la elaboración de la propuesta. Otra coincidencia de falencias en la calidad del servicio al usuario que se repite en las tres áreas.

Pregunta No. 7. ¿Usted conoce que existe un reglamento de atención al usuario en este departamento?

Tabla 29
Conocimiento del reglamento de atención al usuario

ÍTEM	ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	ACUMULADO	
7	Siempre	2	6,7%	30,0%	Positivo
	Casi siempre	7	23,3%		
	A veces	14	46,7%	70,0%	Negativo
	Casi Nunca	7	23,3%		
	Nunca	0	0,0%		
TOTAL		30	100%	100%	

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

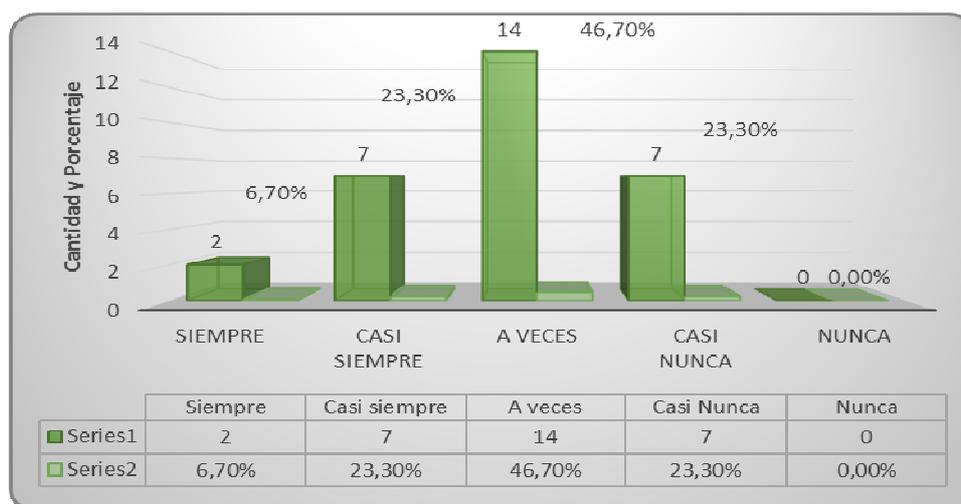


Figura 29
Conocimiento del reglamento de atención al usuario

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

Análisis: Menos del 30% de las respuestas resultaron ser afirmativas ante el conocimiento del reglamento de atención al usuario. Otra importante falencia en la calidad del servicio al usuario, que debe ser tenida en cuenta para la elaboración de la propuesta. Otra coincidencia de falencias en la calidad del servicio al usuario que se repite en las tres áreas.

Pregunta No. 8. ¿Considera que se cumplen las normas esenciales de atención al usuario en este departamento?

Tabla 30
Cumplimiento de las normas de atención al usuario

ÍTEM	ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	ACUMULADO	
8	Siempre	0	0,0%	0,0%	Positivo
	Casi siempre	0	0,0%		
	A veces	4	13,4%	100,0%	Negativo
	Casi Nunca	26	86,6%		
	Nunca	0	0,0%		
TOTAL		30	100%	100%	

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

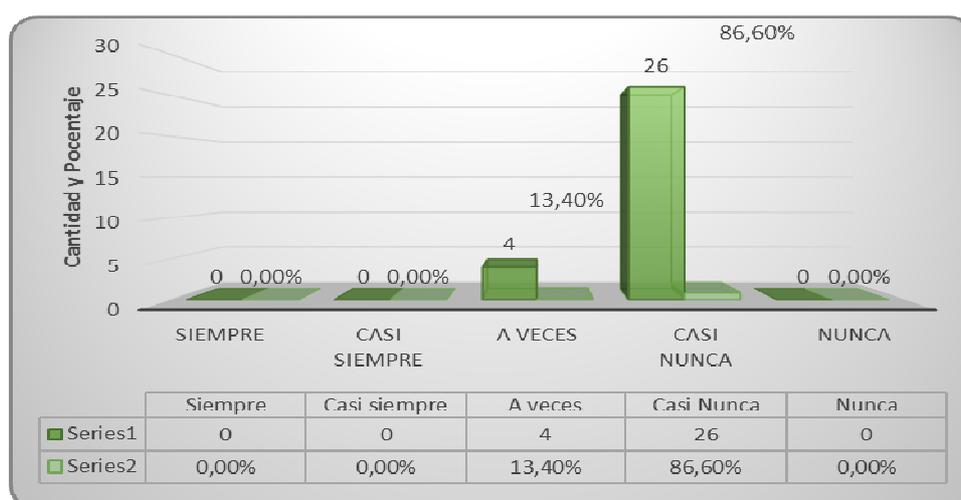


Figura 30
Cumplimiento de las normas de atención al usuario

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

Análisis: A diferencia de los segmentos poblacionales encuestados, en que menos del 30% de las respuestas expresa que se cumplen con las normas esenciales de atención al usuario, aquí se conoce que el cien por ciento manifiesta que no se cumplen por lo que obligatoriamente hay que tener en cuenta la manera de controlar el cumplimiento de las obligaciones en el diseño de la propuesta a presentar.

Pregunta No. 9. ¿Cree que la estructura e infraestructura actual del departamento de atención al usuario reúne las condiciones necesarias para una excelente atención al público?

Tabla 31
Condiciones de estructura e infraestructura actual

ÍTEM	ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	ACUMULADO	
9	Siempre	24	80,0%	100,0%	Positivo
	Casi siempre	6	20,0%		
	A veces	0	0,0%	0,0%	Negativo
	Casi Nunca	0	0,0%		
	Nunca	0	0,0%		
TOTAL		30	100%	100%	

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

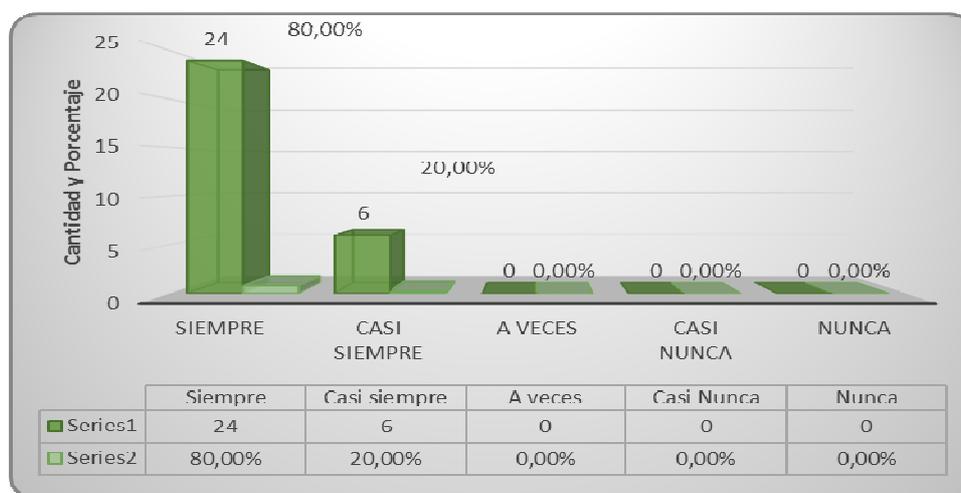


Figura 31
Condiciones de estructura e infraestructura actual

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

Análisis: El cien por ciento de los usuarios que exportan manifiesta una positiva identificación con las condiciones de estructura e infraestructura actual que existen en los servicios aduaneros del aeropuerto Mariscal Sucre, por lo que dicho aspecto, no será necesario para el diseño de la propuesta.

Pregunta No. 10. ¿Considera adecuada el aspecto personal y la limpieza de los empleados encargados de atender sus gestiones aduaneras?

Tabla 32

Adecuado aspecto personal y limpieza de los empleados

ÍTEM	ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	ACUMULADO	
10	Siempre	24	80,0%	100,0%	Positivo
	Casi siempre	6	20,0%		
	A veces	0	0,0%	0,0%	Negativo
	Casi Nunca	0	0,0%		
	Nunca	0	0,0%		
TOTAL		30	100%	100%	

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

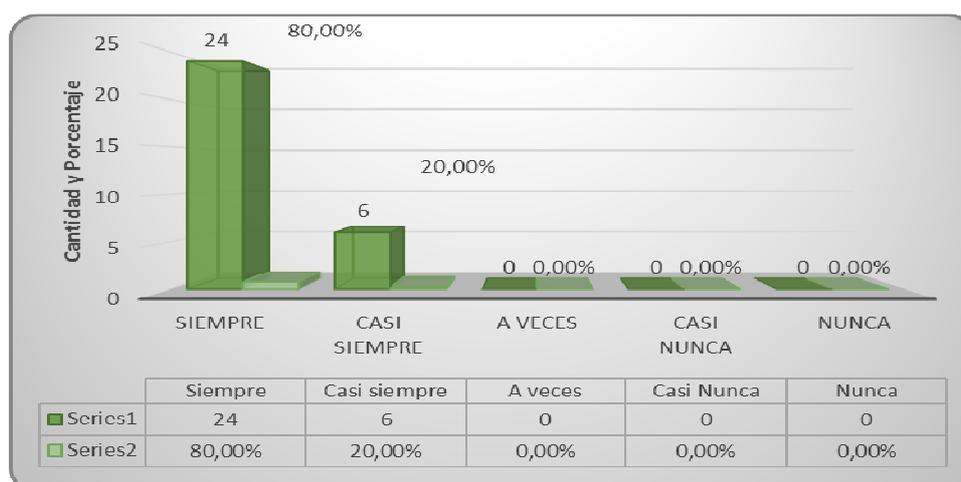


Figura 32

Adecuado aspecto personal y limpieza de los empleados

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

Análisis: Al igual que los segmentos de viajeros y usuarios que importan, el cien por ciento de los usuarios que exportan manifiesta una positiva identificación con el adecuado aspecto personal y limpieza de los empleados en los servicios aduaneros del aeropuerto Mariscal Sucre, por lo que dicho aspecto, no será necesario contemplarlo en el diseño de la propuesta.

Pregunta No. 11. ¿Se siente satisfecho con la atención recibida?

Tabla 33
Satisfacción con la atención recibida

ÍTEM	ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	ACUMULADO	
11	Siempre	0	0,0%	0,0%	Positivo
	Casi siempre	0	0,0%		
	A veces	1	3,3%	100,0%	Negativo
	Casi Nunca	18	60,0%		
	Nunca	11	36,7%		
TOTAL		30	100%	100%	

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

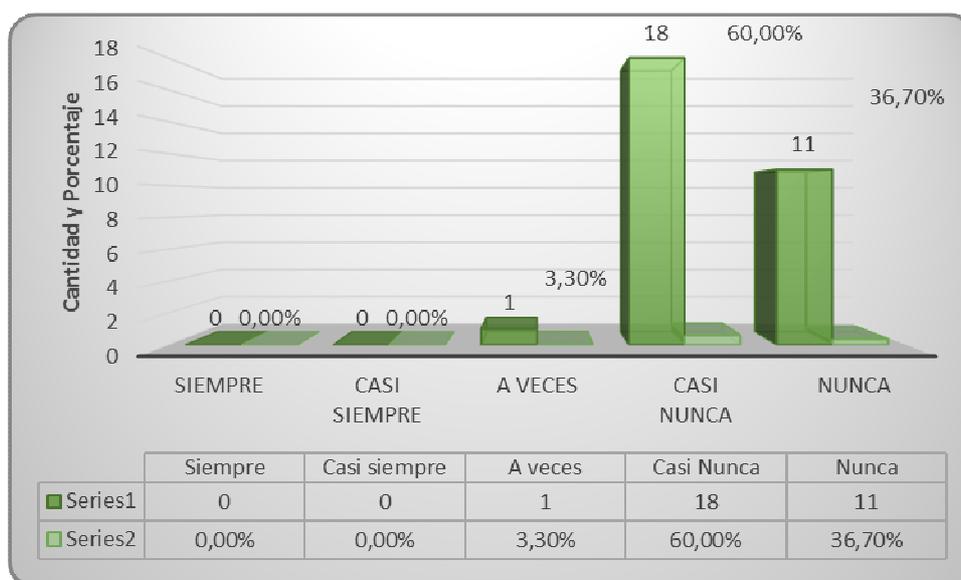


Figura 33
Satisfacción con la atención recibida

Fuente: Investigación de campo

Año: 2014

Análisis: Los niveles de insatisfacción de los usuarios que exportan mercancías, al igual que los que importan y los viajeros, coinciden en el cien por ciento. Se puede concluir que los errores se vinculan a la información y asesoría que se ofrece, los tiempos de demora en los despachos y los trámites que se realizan. Serán los aspectos principales a tener en cuenta en la elaboración de la propuesta.

CONCLUSIONES

De acuerdo con los objetivos trazados en esta investigación y los resultados obtenidos en los instrumentos aplicados, se puede concluir que en el Departamento de Atención al Usuario del Aeropuerto Mariscal Sucre de la ciudad de Quito:

- Existe entre los usuarios insatisfacción respecto a la estructura e infraestructura actual de los servicios aduaneros en ese lugar.
- Existe un alto nivel de insatisfacción entre los usuarios respecto a la lejanía actual de los servicios aduaneros desde la ciudad de Quito.
- La Norma ISO 9001: 2000 no está aplicada adecuadamente pues se desconoce en realidad los niveles de calidad de esa atención.
- Existe satisfacción con la información que se ofrece mediante el sistema ECUAPASS así como los diversos servicios que se prestan.
- La principal y mayor insatisfacción de los usuarios con el servicio ECUAPASS se encuentra en los bajos niveles de información que se ofrecen fuera de la página WEB y el internet.
- El personal no se encuentra debidamente capacitado para atender y solucionar los problemas que a diario se presentan.
- No existe una específica coordinación con otras áreas vinculadas a los procesos aduaneros.

CAPÍTULO 4

PROPUESTA

4.1 Título

Proyecto de Administración Estratégica para la mejora continua de la calidad del servicio que brinda el Departamento de Atención al Usuario del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

4.2 Presentación

Este proyecto no es un invento original de la autora de esta investigación, como producto final de este estudio, a partir de las conclusiones derivadas de los datos obtenidos en los instrumentos de investigación aplicados, la autora decidió tomar, adaptar y adoptar el proyecto aplicado por la Aduana chilena en el año 2013, el cual, en su primer balance, ha dado resultados excelentes. El proyecto se encuentra publicado con fecha 16 de enero del 2014 en la página WEB <http://www.aduana.cl/balance-global/aduana/2007-02-28/003751.html>.

La Administración Aduanera es la actividad principal del SENA. Esta actividad comprende la recaudación, control y fiscalización aduanera del tráfico internacional de mercancías, medios de transporte y personas, dentro del territorio aduanero. La Administración Aduanera está facultada para interpretar y emitir el pronunciamiento técnico-tributario sobre los alcances de las disposiciones legales en materia aduanera.

La Administración Aduanera mantiene puntos de contacto, personales, electrónicos o virtuales, para la atención de consultas formuladas por los Operadores de Comercio Exterior (OCE's) y viajeros sobre materia aduanera, y publica por internet el procedimiento para la atención de las consultas.

La Administración Aduanera otorga el carné de identificación a los representantes legales y auxiliares de los Operadores de Comercio Exterior de acuerdo a lo que establezca el Reglamento. Dicho carné debe ser exhibido para la atención de todo trámite o diligencia ante la autoridad aduanera.

Comentando a Koontz y O`Donnell, (2000, P. 11):

La administración aduanera efectiva solo puede lograrse con la planificación de las actividades y recursos, la organización adecuada de los procesos y procedimientos de las actividades institucionales, la dirección táctica y estratégica de los recursos para los fines propuestos y la evaluación y control institucional. En la medida que este proceso sea conducido, ejecutado y evaluado convenientemente, estará orientado hacia el cumplimiento de la misión institucional.

Dice Stoner (2012, P. 27), que una correcta administración de aduanas debe cumplir con una adecuada:

- Planificación.
- Organización.
- Dirección.
- Control.
- Uso de recursos.
- Actividades de trabajo.
- Logro de metas de la organización.
- Eficiencia y Efectividad.

Señala Terry (2003, p. 33) que:

Se llega a determinar que la planeación es una herramienta básica para una administración aduanera eficaz, se aplica para aclarar, ampliar y determinar los objetivos y los cursos de acción que deban tomarse; para la previsión; establecer condiciones y suposiciones bajo las cuales debe hacerse el trabajo;

seleccionar e indicar las áreas para el logro de los objetivos; establecer un plan de logros; establecer políticas, procedimientos, estándares y métodos de logros; anticipar los problemas futuros posibles; modificar los planes a la luz de los resultados del control.

Según (Evans, 2000, 34) se puede determinar que:

Para alcanzar una administración aduanera efectiva, es necesario contar con una adecuada organización, aplicada para distribuir el trabajo entre el grupo y para establecer y reconocer las relaciones y autoridad necesarias; subdividir el trabajo en tareas operativas; disponer las tareas operativas de grupo en puestos operativos; reunir las posiciones operativas entre unidades relacionadas y administrables; definir los requisitos del puesto de trabajo; seleccionar y colocar al elemento humano en puesto adecuado; delegar la debida autoridad en cada miembro del gerenciamiento corporativo; proporcionar instalaciones y otros recursos al personal; revisar la organización a la luz de los resultados del control.

La familia de normas ISO 9000, son normas de "calidad" y "gestión continua de calidad", establecidas por la Organización Internacional para la Estandarización (ISO) las cuales son supuestamente aplicadas en el SENA. Se componen de estándares y guías relacionados con sistemas de gestión y de herramientas específicas como los métodos de auditoría (el proceso de verificar que los sistemas de gestión cumplen con el estándar). Su implantación, aunque ha sido un riguroso trabajo, ofrece una gran cantidad de ventajas para el servicio. Los principales beneficios son:

- Reducción de rechazos e incidencias en la prestación del servicio.
- Aumento de la productividad.
- Mayor compromiso con los requisitos del cliente.
- Mejora continua.

Principios de la Norma ISO 9001: 2000

- Enfoque al usuario.
- Liderazgo.
- Participación del personal.
- Enfoque basado en procesos.
- Enfoque del sistema hacia la gestión.
- Mejora continua.
- Enfoque basado en hechos para la toma de decisión.
- Interrelaciones de mutuo beneficio.

Política de Calidad

- Para acceder y mantenerse en el marco de la familia ISO, es necesario contar con una política de Calidad que sea aplicable y verificable. En ese sentido el SENA, encargado de la administración, fiscalización y recaudación aduanera realiza sus actividades asumiendo los siguientes compromisos:
- Brindar servicios de calidad cumpliendo los requisitos establecidos en la versión 2000 de la Norma ISO 9001.
- Asegurar la correcta y oportuna recaudación de los tributos, y orientar al usuario en sus obligaciones, relevando sus necesidades de servicio.
- Facilitar el cumplimiento tributario y las operaciones de comercio exterior aplicando controles en la lucha contra el fraude aduanero
- Cumplir con la normatividad legal vigente y los requisitos establecidos por la institución.

- Promover la mejora de la eficacia de su Sistema de Gestión de la Calidad.
- Incentivar el desarrollo profesional del personal comprometiéndolos a forjar capacidad de liderazgo y búsqueda de la excelencia de la institución.
- Identificar oportunidades de mejora para añadir valor al servicio, comprometiéndolo a los operadores y empresas vinculadas con el Comercio Exterior.

4.3 Objetivos

- Aplicar nuevas estrategias que permitan elevar los niveles de calidad del servicio al usuario.
- Mejorar la calidad del servicio que brinda el Departamento de Atención al Usuario del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.
- Disminuir los tiempos de demora de los usuarios en el despacho y extracción que brinda el Departamento de Atención al Usuario del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.
- Proponer una estrategia de capacitación que contribuya a mejorar la calidad del servicio al usuario.

4.4 Importancia

La importancia de la propuesta que se presenta, radica el propósito de elevar los niveles de calidad del servicio al usuario del Departamento de Atención al Usuario del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, alcanzando de esta manera, beneficiar en primer lugar a los usuarios, conformados por viajeros y Operadores de Comercio Exterior (OCE`s) Importadores y Exportadores, la implementación de esta propuesta minimizará los tiempos de espera y costos ya que se evitará salir de las áreas establecidas para realizar cualquier actividad debido a que todos los trámites que se requieren estarán integrados dentro del Departamento de Atención al Usuario.

En segundo lugar, se beneficiarán las empresas encargadas de importar y exportar los productos de y a los diferentes países teniendo así usuarios satisfechos y por último, a los almacenes porque son los encargados de proporcionar el servicio directo obteniéndose beneficios tales como la fidelidad de los usuarios, la captación de otros nuevos y la agilización de los procesos, logrando de esa forma atender a un mayor número de usuarios en un menor tiempo.

4.4.1 Impacto Social y Económico

Investigaciones sobre los procesos aduaneros y la calidad de atención a sus usuarios concuerdan en que los países que más han desarrollado y agilizado los mismos son aquellos que han priorizado y aplicado nuevas pericias cuyo objetivo final se vincule a la satisfacción de los actores relacionados y la disminución de los costos y por ende, de las tarifas.

Por lo tanto, la propuesta de aplicación de este proyecto, dirige sus objetivos fundamentales a poder disminuir los costos de movimientos, tiempos de espera y tarifas de precios para que de forma inversamente proporcional, aumenten los niveles de satisfacción de los usuarios del SENA.

4.5 Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Estructura e infraestructuras modernas, amplias y cómodas. • Suficiente personal. • Personal joven, motivado, entusiasta. • Salarios buenos. • Sucursal bancaria dentro de las instalaciones. • Uso de las tecnologías informáticas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Amplio mercado potencial con el desarrollo del turismo. • Amplio uso del servicio con la facilidad de visado. • Diversificación del Comercio Exterior.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Información compleja a los clientes sobre los procesos aduaneros. • Normas de procedimientos que duplican los trámites y la excesiva demora de éstos. • Desorganización del trabajo en el almacenaje de las mercancías. • No existen plazos de horarios que fijen tiempos máximos de entrega. • Trabajo solo de lunes a viernes sin regulaciones previas para el inicio de los trámites. • Exceso de documentos exigidos así como de información necesaria que se solicita. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estandarización de tarifas altas, establecidas por el SENA E. • Lentitud en los tiempos de extracción de mercancías. • Insatisfacción por el servicio de parte de los usuarios. • Lejanía de las instalaciones de la ciudad de Quito. • Dificultades de acceso vial.

Elaborador por: Angie P. Montalvo.

Año: 2014.

4.6 Desarrollo

La planificación estratégica es un proceso que implica prever las acciones necesarias para lograr un objetivo, con el mayor aprovechamiento de los recursos. Es un proceso que permite a la organización ajustarse con éxito a entornos dinámicos, pues se centra en la relación entre la organización y su entorno, y en la influencia que este puede tener sobre ella. Permite que los recursos que utilizamos rindan más eficientemente, contribuyendo a la optimización de los costos y al logro de resultados. Planificar consiste en:

- Qué se va a hacer.
- Cómo se va a hacer.
- Cuándo y dónde se va a hacer.
- Dónde se va a hacer.
- Cuánto va a costar.

La planificación de la Calidad es el proceso que asegura que los bienes, servicios y procesos internos cumplan con las expectativas de los clientes. Es un proceso estructurado para desarrollar productos (tanto bienes como servicios) que asegure que el resultado final se ajusta a las necesidades del cliente.

Tomando como base la investigación de campo realizada en el Departamento de Atención al usuario del SENA E en el aeropuerto Mariscal Sucre, de la ciudad de Quito, y con el propósito de dar solución a la

problemática encontrada en dicho lugar, se presentan una serie de estrategias que ayudarán a resolver los puntos débiles del servicio actual:

- Creación de estrategias dirigidas al Departamento de Atención al Usuario del SENA E en el aeropuerto Mariscal Sucre de la ciudad de Quito.
- Estrategia de Capacitación permanente al personal objeto de la investigación.

4.7 Propuesta de estrategias dirigidas al Departamento de Atención al Usuario del SENA E en el Aeropuerto Mariscal Sucre de la ciudad de Quito.

4.7.1 La facilitación de la gestión aduanera

Adicional a los parámetros ya establecidos que rigen al SENA E, se deben incorporar otros lineamientos que faciliten las distintas operaciones de Comercio Exterior, los cuales son:

- Renovar el reglamento de las operaciones aduaneras con la finalidad de que sean interpretados de manera clara y sencilla para todos los usuarios del sistema, tanto internos como externos.
- Perfeccionar el sistema con la finalidad de evitar la duplicidad de los tramites y el tiempo en dar la contestación a los mismos.
- La conectividad con el sector privado encargado del almacenaje de las mercancías, de modo que se resuelva on-line.

- Incentivar al talento humano a desempeñar correctamente sus funciones, promoviendo la eficiencia y eficacia, estableciendo plazos y horarios uniformes.
- Estandarizar las operaciones previas que se realizan al trámite aduanero mismo, las cuales son la presentación de las mercancías y su entrega a los recintos de depósito dentro de un límite de tiempo, el cual permita un desaduanamiento ágil y rápido.
- Simplificar la exigibilidad de presentación de los documentos de destino aduanero, con el objetivo de solicitar información de uso exclusivo para las Aduanas.
- Elaboración de documentos polifuncionales, con la finalidad que puedan utilizarse en varios procesos.
- Designar facultades a los jefes departamentales, para la interpretación dentro del contexto lógico de las normas y procedimientos administrativos aduaneros.
- Creación de un sistema de tramitación aduanera, con plazos determinados, para abolir la gestión personal del usuario, en las dependencias de la Institución.

4.7.2 Principios que deben orientar la facilitación aduanera

Como en toda Institución, principalmente las públicas, por la sensibilidad en la información que manejan, deben regir los siguientes principios básicos:

Buena Fe: Este principio se fundamenta en las actuaciones de los funcionarios aduaneros, en que la Entidad toma por acertadas las distintas acciones que realizan los empleados, en especial la información que contiene las declaraciones, suponiendo como verídicas la información (factura comercial, conocimiento de embarques) que se presenta ante la Aduna.

Racionalidad administrativa: Implica saber emplear efectiva y eficientemente los distintos recursos humanos y tecnológicos de la Institución, promoviendo procedimientos ágiles, tanto para la Aduana como los usuarios, evitando el uso excesivo de funciones.

Subsidiariedad: Básicamente consiste en delegar responsabilidades a los Despachadores de Aduana, que eran de competencia exclusiva de las Aduanas, convirtiéndolos en auxiliares de la función aduanera.

4.7.3 El control en la gestión aduanera

Otorgar facilidades a la gestión aduanera en el Aeropuerto Mariscal Sucre de la ciudad de Quito, conlleva necesariamente a replantear el control de las Aduanas en este nuevo esquema, desterrando los sistemas o técnicas de control formales que demoran y dan un resultado ineficaz.

Se debe adoptar ciertas estrategias que orienten la consecución de los fines generales perseguidos, enfocándose en la calidad y no en la cantidad de controles.

Dentro de este punto se pueden señalar las técnicas siguientes, que incluyen distintos parámetros dentro de la planificación estratégica:

No.	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	TIEMPO DE IMPLANTACIÓN
1	Áreas de Confiabilidad, entre importadores y exportadores, disminuyendo aforos físicos, orientando esfuerzos a sectores con mayor sensibilidad.	Jefe Dpto.	Permanente
2	Los aforos físicos se deben realizar en el destino de la mercancía con un rápido desaduanamiento y así, convirtiendo a las almaceneras en lugares de tránsito y no de permanencia.	Jefe Dpto.	Permanente
3	Implementar sistemas de controles posteriores que impliquen no tanto el examinar las mercancías, sino la documentación de comercio exterior y contable, que sustenta una operación aduanera.	Jefe Dpto.	Permanente
4	Implantación de sistemas de control tanto internos como externos, empleando en el primero técnicas de control de gestión para evaluar permanentemente la eficiencia de la actividad de la Aduana.	Jefe Dpto.	Permanente
5	La estandarización entre los Despachadores y las Aduanas en cuanto a oficializar las declaraciones de destinación aduanera, vía electrónica.	Jefe Dpto.	Permanente
6	La implementación de bases actualizadas de datos de precios desagregados.	Jefe Dpto.	Permanente
7	El cumplimiento del trámite aduanero íntegro con sistemas computacionales.	Jefe Dpto.	Permanente
8	Adoptar sistemas integrales de control posterior.	Jefe Dpto.	Permanente
9	La implementación de sanciones para los usuarios infractores, cuyo procedimiento sea simplificado en los tribunales aduaneros.	Jefe Dpto.	Permanente

Elaborado por: Angie P. Montalvo.

Año: 2014.

4.7.4 Metodología de trabajo en una aduana moderna

Para que una aduana sea moderna sus procedimientos no deben ser estáticos deben irse adoptando a las exigencias del comercio exterior.

Es imprescindible la vinculación de la aduana con el sector privado y Organismos Internacionales especializados con el objetivo de determinar necesidades o requerimientos propios de su competencia.

La implementación de esta propuesta radica en que es concreta y sencilla, no necesita de una inversión financiera, pero si de un cambio de mentalidad indispensable para el logro de los fines propuestos.

Consecuentemente es un deber de los actuales funcionarios aduaneros cambiar estas mentalidades coherentemente con el objetivo modernizador. Para ello, es que se propone el segundo aspecto de esta propuesta, que vincula directamente a la capacitación de todo el personal involucrado en el departamento de Atención al usuario del aeropuerto Mariscal Sucre de la ciudad de Quito.

4.8 Propuesta de Programa de Capacitación para los Agentes del SENA E en el Aeropuerto Mariscal Sucre de la ciudad de Quito.

4.8.1 Conceptualización y definiciones

Agente de Aduana: Persona natural o jurídica cuya licencia otorgada por el Gerente General de la SENA E lo faculta para gestionar de manera habitual, el despacho de las mercancías, debiendo al efecto firmar la declaración aduanera. El Agente de Aduana tiene carácter de Fedatario Aduanero y la Aduana receptará y verificará física y electrónicamente los datos consignados en las declaraciones aduaneras por este; estos datos deberán guardar conformidad con la normativa, legislación y procedimientos vigentes pre-establecidos.

Agente de Carga Internacional: Es la persona jurídica autorizada como tal por la SENA E, que puede realizar y recibir embarques, consolidar y desconsolidar mercancías, actuar como operador de transporte multimodal, sujetándose a reglamentos y acuerdos específicos, emitir documentos propios de su actividad, tales como conocimientos de embarque, guías aéreas, cartas de porte, manifiestos y demás.

Almacenes Especiales: Son almacenes autorizados por la Aduana destinadas al aprovisionamiento, reparación y mantenimiento de naves, aeronaves y vehículos de transporte terrestre, internacionales.

Almacenes Libres: Son almacenes autorizados por la Aduana en la zona primaria de los puertos y aeropuertos internacionales del país en donde se

venden mercancías a pasajeros que salen del país exentas del pago de impuestos.

Almacenes Temporales: Son bodegas autorizadas por la administración de la SENA E para la prestación de servicios de almacenamiento temporal de mercancías, ubicadas en Zonas Primarias o Secundarias y que están sujetan a medidas de control establecidas por la SENA E y las instituciones de control inherentes al comercio exterior.

Bancos y Compañías de Seguros: Establecimientos financieros, aseguradores y de crédito avalados por la Superintendencia de Bancos donde se realizan pagos inherentes a los tributos al comercio exterior.

Cámaras y Federaciones: Son Agrupaciones de colectividades humanas que mantienen su propia autonomía con el fin de fortalecer la posición del empresario ante la Sociedad Civil, sea esta regional o nacional.

Consolidador/ Desconsolidador: Es el Agente de Carga que tiene como función agrupar mercancías correspondientes a varios embarcadores para ser transportados hacia o desde el Ecuador, para uno o más destinatarios.

Depósitos: Depósito Aduanero es el régimen suspensivo del pago de impuestos por el cual las mercancías permanecen almacenadas por un plazo determinado, en lugares autorizados y bajo control de la Aduana, en espera de su destino ulterior. Los depósitos pueden ser: comerciales privados y públicos y los depósitos industriales que sólo son privados.

El Agente de Aduana que interviene en el despacho de las mercancías es responsable solidario de la obligación tributaria aduanera, sin perjuicio de la responsabilidad penal que legalmente corresponda. El otorgamiento y

suspensión de la licencia de Agente de Aduana así como sus obligaciones se determinan en el Reglamento de la Ley Orgánica de Aduanas. La SENAE dictará las normas que regularán en ejercicio del Agente de Aduanas. (Art.120 de la Ley Orgánica de Aduanas).

Empresas de Transportes: (Marítimo, Aéreo o Terrestre) Es toda persona natural o jurídica autorizada por la Aduana para realizar operaciones comerciales regulares de transporte internacional marítimo, aéreo o terrestre, de mercancías utilizando uno o más medios o unidades de transporte. Estas son responsables ante la SENAE por gestiones operativas que le son propias (Art. 2, literal r) del Reglamento a la LOA).

Importador / Exportador: Es la persona natural o jurídica que acredite su condición de tal, mediante la presentación del original de la factura comercial y/o el conocimiento de embarque marítimo, la carta de porte o la guía aérea en su caso y que cumple con las exigencias establecidas por la SENAE y demás disposiciones legales, reglamentarias y administrativas que regulan el comercio exterior.

Mediante resolución No. 723 emitida por la Gerencia General de fecha 3 de noviembre de 2007 y en concordancia con la Decisión 571 emitida por la Comunidad Andina, se establece que la Declaración Andina de Valor DAV deberá ser firmada por el importador o comprador de la mercancía, y por consiguiente se convierte en responsable de la información en la misma transmitida.

OCE'S: Son los operadores de Comercio Exterior, pueden ser personas naturales o jurídicas, son los usuarios que interactúan informática y

operativamente con la SENA, comprenden agentes de aduana, líneas navieras, líneas aéreas, agencias de carga, almacenes temporales, depósitos, consolidadoras, importadores, exportadores, zonas francas, ministerios, entre otros.

Organismos de Control: Son instituciones que según su naturaleza desempeña una labor de control de acuerdo a la legislación vigente, las cuales están administradas y controladas por el estado. Ejemplo: El SRI, BCE, MICIP, MAG, COMEXI, SENA, Secretaría Nacional Anticorrupción, Contraloría General del Estado, Procuraduría General del Estado, entre otras.

Verificadoras: Son compañías privadas autorizadas por la SENA que realizan el servicio de aforo físico de las mercancías, verificando naturaleza, cantidad, clasificación, peso, valor, entre otros.

Zona Primaria: Constituida por el área interior de los puertos y aeropuertos, recintos aduaneros y locales habilitados en las fronteras terrestres; así como otros lugares que fijare la administración aduanera, en los cuales se efectúen operaciones de carga, descarga y movilización de mercaderías procedentes del exterior o con destino a él.

Zona Secundaria: Comprende la parte restante del territorio ecuatoriano incluidas las aguas territoriales y espacio aéreo correspondiente a cada uno de los distritos de aduana.

Zonas Francas: Es un área de territorio delimitada y autorizada y sujeta a regímenes especiales por ley, donde el Estado autoriza la aplicación de un régimen normativo especial y diferente al del resto del país, en materia tributaria, fiscal, aduanera, de trámites, comercio exterior, laboral y cambiaria,

en la que los usuarios se dedican a la producción y comercialización de bienes, así como a la prestación de servicios vinculados con el comercio internacional, o a la prestación de servicios turísticos, educativos y hospitalarios.

4.8.2 Etapas del proceso aduanero

El proceso de desaduanización de mercancías importadas está compuesto de 5 etapas:

1. Desde la llegada del medio de transporte hasta el ingreso de la mercancía al depósito temporal.
2. Desde el ingreso de la mercancías al depósito temporal hasta la transmisión de la declaración.
3. Desde la transmisión de la declaración hasta el pago de los tributos al comercio exterior.
4. Desde el pago de los tributos al comercio exterior hasta la autorización de salida.
5. Desde la autorización de salida de la mercancía hasta el retiro efectivo de las mercancías del depósito temporal.

Tiempos promedios de ejecución del proceso de desaduanización de mercancías importadas.

PROCESO DE DESADUANIZACION DE MERCANCIAS IMPORTADAS, (TIEMPO PROMEDIO POR ETAPAS) FEB. 2013						
ETAPAS	1	2	3	4	5	T. TOTAL
TIEMPO (DÍAS)	1,1	3,79	1,09	0,6	1,47	8,06
ACTORES						
TRANSPORTISTA INTERNACIONAL	X					
CONSOLIDADOR DE CARGA	O					
DESPOSITO TEMPORAL	X			X	X	
AGENTE AFIANZADO DE ADUANA		X	O	X	O	
IMPORTADOR		X	X	X	X	
ORGANISMOS DE CONTROL		X		O		
TRANSPORTISTA LOCAL					X	
COMPAÑÍAS VERIFICADORAS				X		
FUNCIONARIO ADUANERO	X			X		
BANCOS			X	O		

X	PARTICIPA EN LA ETAPA
O	OPCIONAL EN LA ETAPA
	NO PARTICIPA EN LA ETAPA

Fuente: http://www.aduana.gob.ec/contents/nov/news_letters_view.jsp?anio=2013.

En el cuadro anterior se puede apreciar de forma gráfica a los actores, las etapas y los tiempos promedios de desaduanización de mercancías importadas. En donde se observa claramente que en la segunda etapa (desde el Ingreso de la mercancía al depósito temporal hasta la transmisión de la declaración aduanera de importación), se concentra la mayor carga de tiempo para la desaduanización de mercancías importadas, (más del 46% de tiempo total) en esta etapa participan de forma relevante, el Agente Afianzado de Aduanas, el Importador, los Organismos de Control (en los casos que corresponde).

RECOMENDACIONES

De acuerdo con la propuesta anteriormente detallada en esta investigación, se pueden realizar las recomendaciones siguientes al Departamento de Atención al Usuario del Aeropuerto Mariscal Sucre de la ciudad de Quito:

- Aplicar las estrategias propuestas para la adecuación de la Norma ISO 9001: 2000 estableciendo los mecanismos necesarios que contribuyan a lograr una buena atención al usuario.
- Extender los niveles de información que se ofrecen mediante el sistema ECUAPASS y los diversos servicios que se prestan a otros medios de comunicación como la radio, televisión, prensa escrita.
- Implementar el Plan de Capacitación propuesto para que todo el personal que trabaja en el SENA E de dicho lugar posea el conocimiento teórico y práctico imprescindible que le permita atender y solucionar los problemas que a diario se presentan.
- Establecer los mecanismos específicos y necesarios de coordinación con otras áreas vinculadas a los procesos aduaneros.

REFERENCIAS

Acerenza Miguel Ángel, (2011). Promoción en los negocios: un enfoque metodológico, Editorial Trillas, S.A., 7ª Edición, México.

Alcaraz Varó Enrique, Hughes Brian, Campos Miguel Ángel, (1999). Diccionario de términos de marketing, publicidad, servicio al cliente y medios de comunicación Editorial Ariel, S.A., 1.ª Edición, España.

Alvín T. y Heidi Toffler (2000). Tutoría de la investigación científica. Edit. Paydós México D.F.

Best Roger. J; (2007). La planificación estratégica, Editorial Pearson Educación S.A.

Campo Martínez Sara, Yagüe Guillén María Jesús, (2011), Publicidad y Promoción en las empresas de servicio, Editorial Síntesis, S.A., 1ª Edición, Madrid España.

De La Torre Vidal (2010). Conceptos básicos de la investigación científica. <http://metodologia02.blogspot.com/p/tecnicas-de-la-investigacion.html>.

Escobar Antonio, González Yolanda, (2011). La calidad en la atención al cliente. Editorial Síntesis, S.A., 1.ª Edición, España.

Escobar Antonio; González Yolanda; (2007), Marketing, Turismo y Calidad. Editorial Síntesis S.A, Primera Edición, Madrid.

Fernández Valinas Ricardo; (2007). Manual para elaborar un Plan de Mercadotecnia, Editorial Mcgraw-Hill Interamericana Editores S.A. de C.V., Primera Edición, México.

Garzón Jenny, López, Geovanna. (2012). Diagnóstico e Inventario de la calidad en el servicio al cliente en la provincia de Cotopaxi, U.T.E., Quito – Ecuador.

Guevara Alfredo Ascanio (2012). Marketing y servicio al cliente, Editorial Trillas, Primera Edición, México.

Hernández Etal (2003). La investigación cuantitativa y cualitativa. <http://metodologiadelainvestigacion.lacoctelera.net/post/2010/05/20/enfoque-cuantitativo-y-cualitativo>.

Hernández Sampieri Roberto, Fernández Collado Carlos y Pilar Baptista Lucio (2010). Metodología de la Investigación. Nueva Editorial Interamericana. México D.F.

http://www.ceibal.edu.uy/contenidos/areas_conocimiento/mat/estadistica/poblacion_y_muestra.html

Kennedy, Troya Alexandra (2001). Tilipulo, Historia de la Formación y Transformación de una Hacienda de Obraje, Museo del Banco Central del Ecuador.

Kotler Philip, (2002). Dirección de servicio al usuario. Conceptos esenciales. Editorial Pearson Educación de México, S.A., 1.ª Edición, México.

Lanquar Robert, (2001). Marketing y calidad. Editorial Ariel, S.A., 1ra Edición, España.

Pastor Fernando, (2003). Técnico en Publicidad, Editorial Cultural, S.A., 1ª Edición, Madrid España.

Peter Paul; Olson Jerry (2006). Comportamiento del Consumidor y Estrategias de Marketing, Editorial Mcgraw-Hill Interamericana Editores S.A. de C.V., Séptima edición, México.

Pujol Bengoechea Bruno (1999). Diccionario de Marketing Editorial Cultural, S.A., 1ra Edición, España.

Pulido Juan Ignacio, Sáez Antonia (2011). Estructura general de la atención al cliente. Editorial Síntesis, S.A., 1ra Edición, España.

Treviño M. Rubén (2010). Publicidad y Comunicación Integral en Marketing, Editorial Mcgraw-Hill Interamericana Editores S.A. de C.V., Tercera edición, México.

Vignati Scarpati Federico Antonio (2009). Cómo atraer clientes a polos, ciudades y países, Editorial Trillas, S.A. de C.V, 1ra Edición, México, D.F.

Winga González Carlos (2009). Selección de la población y muestra en una investigación científica.

Linkografía

http://www.ceibal.edu.uy/contenidos/areas_conocimiento/mat/estadistica/poblacion_y_muestra.html

www.ecuaworld.com.ec/cotopaxi.htm

www.explored.com.ec/ecuador/continue/coto4.htm

www.uct.edu.ec/info/Giras/gira_centro.htm

www.uct.edu.ec/provinciadecotopaxi/hacienda_tilipulo.htm

ISO 9001:2000

NCH ISO 9001:2000

APÉNDICES

APÉNDICE A. Entrevista realizada a Directivos del Departamento de Atención al Usuario del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador en el Aeropuerto Mariscal Sucre, Quito.

Nombre:

Cargo:

Fecha:

CUESTIONARIO

1. ¿Existe diseñado, implementado y administrado un sistema oportuno y adecuado de servicio y asistencia al usuario?
2. ¿Se brinda información, asesoría y apoyo a los problemas e inquietudes presentados por los usuarios en coordinación con las diferentes áreas involucradas para su solución?
3. ¿Se difunde por los diferentes medios de comunicación las normas, requisitos, procedimientos e instrucciones que puedan interesar a los OCE's y ciudadanía en general en coordinación con las respectivas direcciones involucradas?
4. ¿Se canalizan las recomendaciones y reclamos en informes periódicos a las autoridades correspondientes?
5. ¿Existe un sistema informático que informe sobre los servicios del SENA?
6. ¿Considera usted que se cumplen las exigencias determinadas en los reglamentos establecidos por la Dirección General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador?

APÉNDICE B. Observación efectuada en el Departamento de Atención al Usuario del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador en el Aeropuerto Mariscal Sucre, Quito.

Fecha:

LISTA DE COTEJO

- 1. ¿Se observa diseñado, implementado y administrado un sistema oportuno y adecuado de servicio y asistencia al usuario?**

Siempre _____ A Veces _____ Nunca _____

- 2. ¿Se brinda información, asesoría y apoyo a los problemas e inquietudes presentados por los usuarios en coordinación con las diferentes áreas involucradas para su solución?**

Siempre _____ A Veces _____ Nunca _____

- 3. ¿Se difunde por los diferentes medios de comunicación las normas, requisitos, procedimientos e instrucciones que puedan interesar a los OCE's y ciudadanía en general en coordinación con las respectivas direcciones involucradas?**

Siempre _____ A Veces _____ Nunca _____

- 4. ¿Se canalizan las recomendaciones y reclamos en informes periódicos a las autoridades correspondientes?**

Siempre _____ A Veces _____ Nunca _____

5. ¿Existe autorización y registros claves de acceso al sistema informático para uso de los OCE's?

Siempre _____ A Veces _____ Nunca _____

6. ¿Considera usted que se cumplen las exigencias determinadas en los reglamentos establecidos por la Dirección General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador?

Siempre _____ A Veces _____ Nunca _____

APÉNDICE C. Encuesta aplicada a usuarios del Departamento de Atención al Usuario del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador en el Aeropuerto Mariscal Sucre, Quito.

Leyenda:

S: Siempre

CS: Casi Siempre

AV: A Veces

N: Nunca

CN: Casi Nunca

CUESTIONARIO

ÍTEM	PREGUNTA	RESPUESTAS				
		S	CS	AV	N	CN
1	¿Utiliza con frecuencia los servicios de Aduana?					
2	¿Considera que existe un adecuado servicio al usuario?					
3	¿Recibe usted una asistencia oportuna ante sus necesidades de servicio en este departamento?					
4	¿Cree que la información recibida le ayuda a agilizar los trámites que realiza?					
5	Si desconoce algo en específico ¿Recibe usted la asesoría necesaria cuando la solicita?					
6	¿Existen facilidades para canalizar sus reclamaciones a las autoridades correspondientes?					
7	¿Usted conoce que existe un reglamento de atención al usuario en este departamento?					
8	¿Considera que se cumplen las normas esenciales de atención al usuario en este departamento?					
9	¿Cree que la estructura e infraestructura actual del departamento de atención al usuario reúne las condiciones necesarias para una excelente atención al público?					
10	¿Considera adecuada el aspecto personal y la limpieza de los empleados encargado de atender sus gestiones aduaneras?					
11	¿Se siempre satisfecho con la atención recibida?					

APÉNDICE D. Servicio Nacional de Aduana del Ecuador en el Aeropuerto Mariscal Sucre, Quito.

