

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO- PUNO  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO**



**“CALIDAD DE SERVICIO DESDE LA PERSPECTIVA DEL  
TURISTA EXTRANJERO EN EL PUESTO DE CONTROL  
FRONTERIZO KASANI –YUNGUYO PUNO 2015”**

**TESIS**

**PRESENTADA POR:**

**VERONICA BASILIA MONTALVO ZELA**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**LICENCIADO EN TURISMO**

**PUNO PERÚ**

**2016**

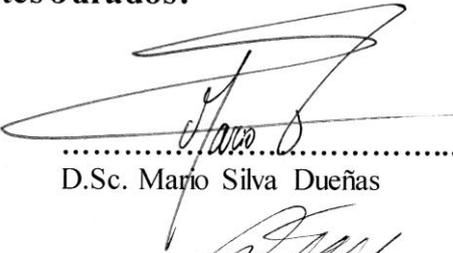
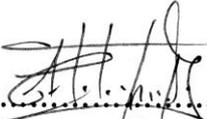
**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO- PUNO  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO**

**“CALIDAD DE SERVICIO DESDE LA PERSPECTIVA DEL  
TURISTA EXTRANJERO EN EL PUESTO DE CONTROL  
FRONTERIZO KASANI –YUNGUYO PUNO 2015”**

**TESIS**

**PRESENTADA PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN TURISMO**

**Aprobada por los Siguietes Jurados:**

<b>Presidente</b>	:	 ..... D.Sc. Mario Silva Dueñas
<b>Primer Miembro</b>	:	 ..... M.Sc. Rosario María Mamani Miranda
<b>Segundo Miembro</b>	:	 ..... M.Sc. Carmen Yanet Aliaga Tapia
<b>Director de tesis</b>	:	 ..... D.Sc. Noemi Emperatriz Cayo Velásquez
<b>Asesor</b>	:	 ..... D.Sc. Angel David Aroquipa Velásquez

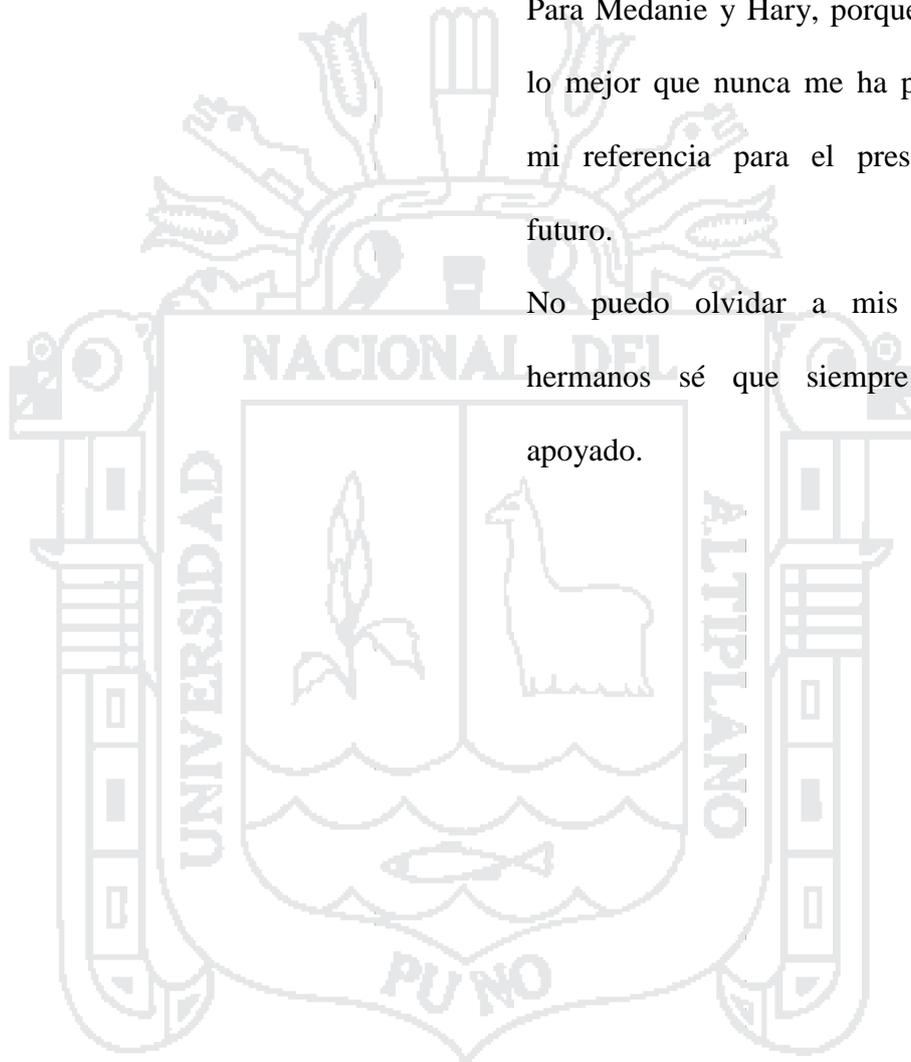
LINEA: Administracion de empresas turisticas  
TEMA: Calidad de atencion al turista

Dedicatoria

Al ing. Ángel Aroquipa Velásquez por haberme enseñado encarar la adversidad sin perder nunca la dignidad.

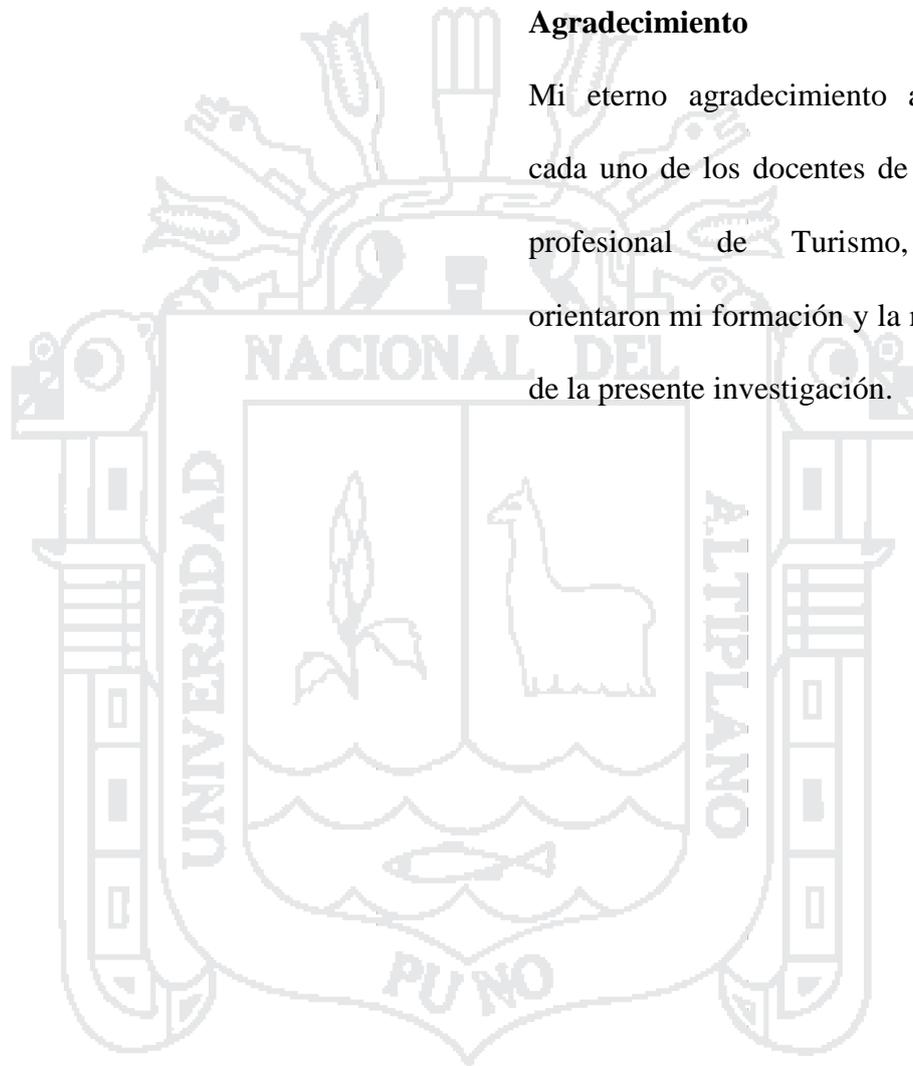
Para Medanie y Hary, porque ellos son lo mejor que nunca me ha pasado son mi referencia para el presente y el futuro.

No puedo olvidar a mis padres y hermanos sé que siempre me han apoyado.



### **Agradecimiento**

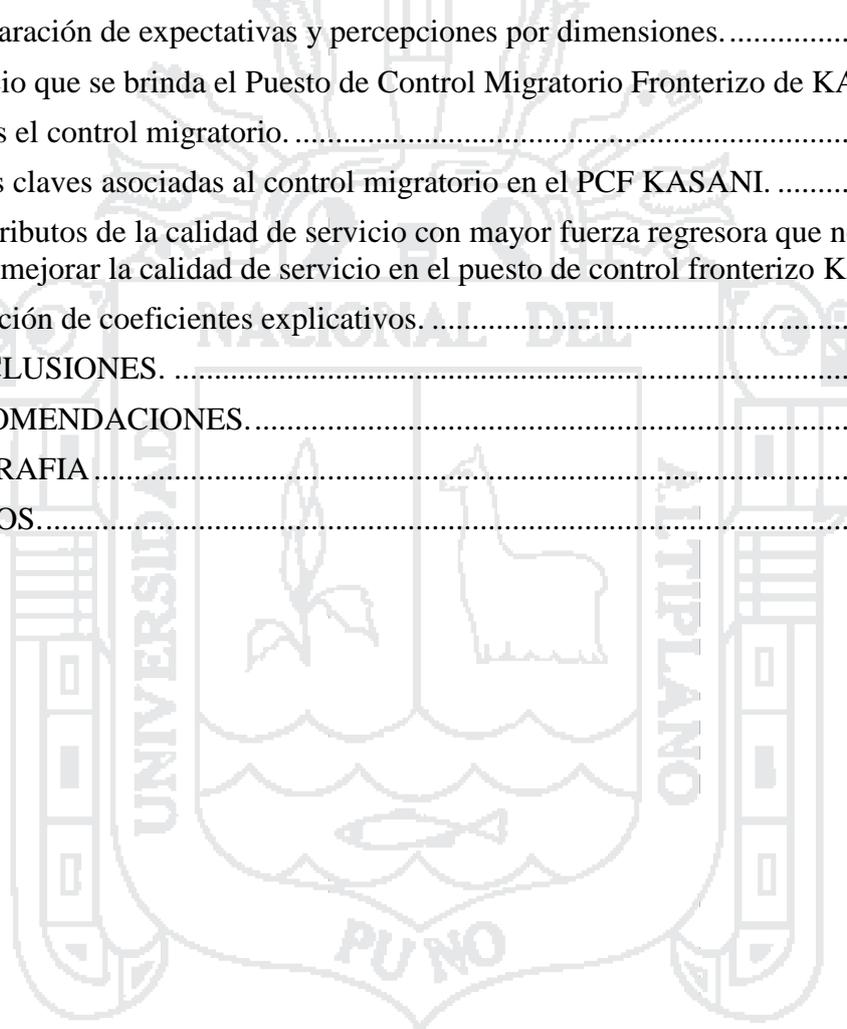
Mi eterno agradecimiento a todos y cada uno de los docentes de la escuela profesional de Turismo, quienes orientaron mi formación y la realización de la presente investigación.



## Contenido

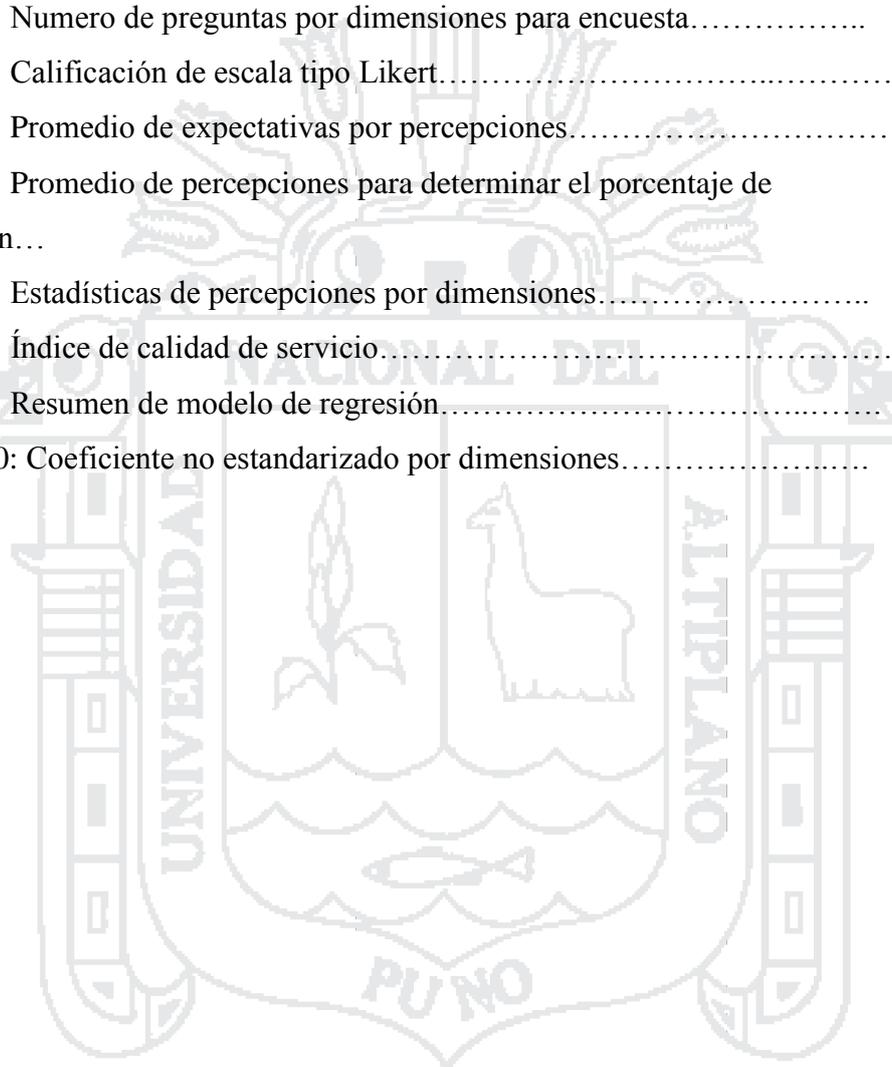
ÍNDICE DE TABLAS.....	5
ÍNDICE DE FIGURAS.....	9
RESUMEN.....	9
ABSTRACT.....	10
INTRODUCCION.....	11
CAPITULO I.....	13
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION.....	13
1.1. Planteamiento del problema.....	13
1.2. Antecedentes de la investigación.....	15
1.3. Objetivos de la investigación.....	19
CAPITULO II.....	20
MARCO TEORICO, MARCO CONCEPTUAL E HIPOTESIS DE LA INVESTIGACION.....	20
2.1. Marco Teórico.....	20
2.2. Marco Conceptual.....	29
2.3. Hipotesis de la investigación.....	34
CAPITULO III.....	35
METODO DE INVESTIGACION.....	35
3.1 Método.....	35
3.2. Población.....	35
3.3. Muestra.....	35
3.4. Recolección de datos.....	36
3.3. Tipos de estadísticas.....	37
CAPITULO IV.....	40
CARACTERIZACION DEL AREA DE INVESTIGACION.....	40
4.1. Ubicación del puesto de control fronterizo KASANI.....	40
4.2 Topografía.....	41
4.3 Regiones naturales.....	41
4.4 Ubicación geográfica.....	41
4.5.Límites:.....	41
4.6. Clima.....	41
4.7. Hidrografía.....	42
4.8. Vías de comunicación.....	42
CAPITULO V.....	44

EXPOSICION Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS .....	44
5.1. Resultados de investigación.....	44
5.2. Calidad de servicio en el Puesto de Control Migratorio Fronterizo de KASANI. ..	44
5.1.2. Promedio general de la calidad de servicio .....	44
5.1.3. Índice general de la calidad de servicio.....	47
5.3. Dimensión del servicio con mayor brecha en las expectativas y percepciones del turista en el Puesto de Control Migratorio Fronterizo de KASANI.....	48
5.4. Comparación de expectativas y percepciones por dimensiones.....	49
5.5. Servicio que se brinda el Puesto de Control Migratorio Fronterizo de KASANI. ..	61
5.6. Que es el control migratorio.....	61
5.7. Tareas claves asociadas al control migratorio en el PCF KASANI.....	61
5.8. Los atributos de la calidad de servicio con mayor fuerza regresora que nos ayuda a predecir y mejorar la calidad de servicio en el puesto de control fronterizo KASANI..	62
5.9. Obtención de coeficientes explicativos.....	62
VI. CONCLUSIONES.....	65
VII. RECOMENDACIONES.....	66
BIBLIOGRAFIA.....	67
IX ANEXOS.....	71



### ÍNDICE DE TABLAS.

TABLA 1: Instrumento de análisis para evaluar calidad.....	16
TABLA 2: Significado de las dimensiones de la calidad del modelo servqual..	18
TABLA 3: Numero de preguntas por dimensiones para encuesta.....	31
TABLA 4: Calificación de escala tipo Likert.....	32
TABLA 5: Promedio de expectativas por percepciones.....	39
TABLA 6: Promedio de percepciones para determinar el porcentaje de satisfacción...	40
TABLA 7: Estadísticas de percepciones por dimensiones.....	40
TABLA 8: Índice de calidad de servicio.....	41
TABLA 9: Resumen de modelo de regresión.....	57
TABLA 10: Coeficiente no estandarizado por dimensiones.....	58



## ÍNDICE DE FIGURAS.

Figura 1: Modelo SERVQUAL.....	17
Figura 2: Brechas de expectativas y percepciones.....	39
Figura 3: Comparación de expectativas y percepciones para tangibilidad.....	44
Figura 4: Brecha de expectativas y percepciones para tangibilidad.....	45
Figura 5: Comparación de expectativas y percepciones para fiabilidad.....	46
Figura 6: Brecha de expectativas y percepciones para fiabilidad.....	47
Figura 7: Comparación de expectativas y percepciones para capacidad de respuesta.....	49
Figura 8: Brecha de expectativas y percepciones para capacidad de respuesta.....	50
Figura 9: Comparación de expectativas y percepciones para seguridad.....	51
Figura 10: Brecha de expectativas y percepciones para seguridad.....	53
Figura 11: Comparación de expectativas y percepciones para empatía.....	54
Figura 12: Brecha de expectativas y percepciones para empatía.....	55

**RESUMEN.**

El turismo es una actividad que crece notoriamente en el mundo y por ende en el Perú, en efecto el Puesto de Control Migratorio Fronterizo de KASANI es una de las más importantes puertas de ingreso y salida de turistas extranjeros que visitan la región de Puno por motivos de turismo por lo tanto el tiempo de permanencia en el puesto de control es parte importante en la experiencia de viaje del turista extranjero, el índice de calidad de servicio en el puesto de control fronterizo KASANI, se trabajó con el modelo SERVQUAL, tomando en cuenta que los turistas esperan un servicio altamente satisfactorio, se obtuvo un índice de calidad de servicio de -0.65 lo que indica que el turista está a una mínima distancia de alcanzar la satisfacción total, del mismo modo se identificó la dimensión del servicio con mayor brecha en las expectativas y percepciones del turista en el Puesto de Control Migratorio de KASANI, con análisis de brechas por dimensiones para conocer específicamente en cuál de estas tenemos mayor dificultad y la brecha más pronunciada es la de capacidad de respuesta con un gap de -1.76 lo que nos muestra que debemos prestar especial atención a esta dimensión, así mismo los atributos con mayor influencia y la medida en que estas afectan a la percepción del turista en el Puesto de Control Fronterizo Migratorio de KASANI se determinó con un análisis de regresión lineal múltiple, con el propósito de averiguar en qué medida la calidad de servicio puede ser explicado por las dimensiones y determinamos que la dimensión seguridad es la que tiene mayor fuerza regresora sobre la calidad de servicio.

**Palabras clave:** *calidad, expectativas, dimensiones, percepciones, servicio, Servqual,*

## ABSTRACT.

Tourism is an activity that grows clearly in the world and therefore also in Peru, in fact the immigration checkpoint Border Kasani is one of the most important gates of entry and exit of foreign tourists, who visiting the region of Puno the reason is tourism, therefore the period of time in the checkpoint is important in the travel experience of foreign tourist, The index of service quality in the border checkpoint Kasani, we worked it with the SERVQUAL model, taking into account that tourists expect a highly satisfactory service, we got an index of quality of service which is -0.65 and it mean the service is not far of achieving total satisfaction, the dimension of service with the largest gap in expectations and perceptions of tourists in the immigration checkpoint Kasani identified with gap analysis by dimensions to know specifically which of these have greater difficulty and more pronounced gap is the capacity of response with a gap of -1.76 which shows us that we must pay special attention to this dimension, the attributes most influence and the extent to which they affect the perception of tourists in the border checkpoint Immigration Kasani was determined with a multiple linear regression which helps us measure the relationship between the dependent variable and variables independent in order to find out to what extent the service quality can be explained by the size and determined that the security dimension has the greatest impact on the quality of service.

*Keywords: quality, expectations, dimensions, perceptions, service, Servqual.*

## INTRODUCCION

En el presente trabajo hablamos específicamente de la calidad de servicio el cual es un aspecto clave para lograr el éxito en la actividad turística, la calidad de servicio es definida de múltiples formas pero en todas las definiciones se resalta que la calidad está en función a la percepción del usuario o cliente, se concibe a la calidad como el logro de los mayores beneficios con menores riesgos para el cliente, en definitiva la calidad implica facilitar y promover la posibilidad de que las personas que trabajan en la actividad turística desarrollen sus potencialidades de manera simple con la participación de todos en general de manera activa logrando la mejoría en el trabajo y como consecuencia lograr que los turistas perciban la calidad de servicio en el puesto de control fronterizo KASANI.

La calidad de servicio en el puesto de control fronterizo KASANI se ha convertido actualmente en una necesidad para el sector turismo ya que es el punto de contacto como primera impresión para el turista extranjero, son pocos los estudios que se refieren a la calidad de atención en los puestos de control fronterizo, el cual en sus dimensiones técnicas se refiere a la aplicación de la tecnología y el conocimiento del personal lo cual debe reportar un beneficio en el usuario y reflejado en la satisfacción del turista extranjero, es por ello que se pretende resolver cual es el índice de calidad de servicio en el puesto de control del mismo modo identificar la dimensión con mayor brecha según las expectativas y percepciones del turista, finalmente conocer cuáles son los atributos del servicio que afectan la percepción del turista en dicho puesto de control.

Por tal motivo se determinó trabajar con el modelo SERVQUAL de Parasuraman donde específicamente se incluye lo que el turista espera recibir (expectativas) y lo que se recibió (percepciones) y en la medida que se acerquen o coincidan hay mayor calidad de servicio entonces decimos que la calidad es la sumatoria de todas las dimensiones y otros aspectos.

Donde no es rara la contradicción entre lo que el personal debe brindar y lo que el usuario cree que debe recibir para ello una buena técnica depende de la integridad, conocimientos y

habilidades adquiridas y este debe dirigir sus actividades siempre a lograr la calidad de servicio deseado y de este modo el personal estará cada vez más capacitado en manejo de personas y mejorar las facilidades, el tiempo de atención y amabilidad de manera que promueva confianza aun en situaciones más difíciles en la atención al turista.



## CAPITULO I

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

#### 1.1. Planteamiento del problema.

Hasta los años setenta la migración permanece al margen de los debates públicos, sin embargo, por mencionar algunos datos recientes, en el año 2003, Estados Unidos, Canadá, Alemania, Gran Bretaña y Holanda invirtieron 17.000 millones de dólares en hacer efectiva su política de control migratorio, esta cantidad representaba casi dos tercios del total de la ayuda oficial que destinaban a la cooperación al desarrollo (Martin, 2003). El fortalecimiento de las fronteras, la aplicación de tecnología de última generación y la colaboración multilateral se han ampliado con el uso de mecanismos de control previo y de «externalización» del control (Boswell, 2003). Sin embargo, teniendo en cuenta la importancia de la acogida al turista extranjero por parte de todas las instituciones involucradas con la actividad turística, el servicio de control migratorio de salida e ingreso de turistas en los puesto de control fronterizo son parte fundamental en la experiencia de viaje del turista extranjero, es por ello que para lograr calidad de servicio se requiere, aparte de ciertas técnicas, mayor inversión en lograr calidad de servicio en todas las instituciones y empresas relacionadas al turismo.

En el caso del Perú, el crecimiento económico sostenido alcanzado en los últimos 7 años, ha originado el incremento en el dinamismo del movimiento migratorio según el INEI en 48.32% tanto de la población peruana al exterior, como del resto del mundo al Perú, sin embargo dicha realidad no ha sido afrontada adecuadamente por parte de las instituciones que velan por los diferentes servicios en los procesos de ingresos y salidas, los mismos que representan la primera o última impresión para un turista al visitar un determinado país; nos referimos a los diferentes puestos de control migratorio. En el caso de Perú vincula dicho accionar directamente a la Superintendencia Nacional de Migraciones, institución que afronta dificultades tales como la carencia de personal, la falta de recursos materiales y tecnológicos, etc. Carvajal, et al. (2013), situación que se convierte en un reto para cada funcionario de control migratorio.

Durante el 2014, según las estadísticas de la Superintendencia Nacional de Migraciones en el Perú se registraron 7'744,876 entradas y salidas de turistas por los diferentes Puestos de Control Migratorio y Fronterizos, razón que motiva y plantea la necesidad de conocer la calidad de servicio, que se brinda en dichos puestos de control migratorio, e identificar las falencias que dificultan adecuados estándares de calidad de servicio. Ferrero, (2005), al hacer referencia al tema señala: “Los turistas llegan cansados de largos viajes y tienen que hacer colas sumamente largas para pasar el control migratorio; eso implica horas de espera en los puntos de control de ingreso o salida del país; creemos que casos como estos se pueden observar a diario en los Puestos de Control Migratorio Fronterizo lo cual dificulta y afecta la búsqueda de la calidad de servicio la misma que debería formar parte importante de cualquier organización involucrada con la actividad turística.

El Puesto de Control Migratorio Fronterizo de KASANI, según estadísticas del 2014 de la Superintendencia Nacional de Migraciones, representa el quinto punto de ingreso y salida de ciudadanos extranjeros de mayor importancia en el Perú, registrándose al año 2014 un flujo

migratorio de 164,992 ciudadanos extranjeros; dicho paso de frontera se caracteriza según PromPerú, (2010) por la afluencia principalmente de turistas provenientes de Europa, Norte América, Asia en un 69.88% y 30.12% provenientes de Sudamérica, a su vez precisa señalar que existen horarios de flujo migratorio relativamente determinados a tres momentos del día, concentrándose la atención en el puesto de control migratorio, con ello dando razón a lo señalado por Ferrero, (2005), por ende precisa plantear las siguientes interrogantes:

***Pregunta general:***

- ✓ *¿Cuál es el índice de calidad de servicio en el Puesto de Control Fronterizo KASANI?*

***Preguntas específicas***

- ✓ *¿Cuál es la dimensión del servicio con mayor brecha en las expectativas y percepciones de los turistas en el puesto de control fronterizo KASANI?*
- ✓ *¿Cuáles son los atributos de la calidad de servicio con mayor fuerza regresora que nos ayude a predecir y mejorar la calidad de servicio en el Puesto de Control Fronterizo KASANI?*

## **1.2. Antecedentes de la investigación.**

A través de la revisión bibliográfica no se encontró investigación alguna que se relacionara con la calidad de los servicios de los puestos de control migratorio y puestos de control fronterizo. Sin embargo, existen investigaciones que de una u otra manera se relacionan con el contenido de este trabajo, ya sea en lo que respecta a calidad de servicio turístico como producto intangible, así como, por el interés del conocimiento de las percepciones y expectativas de los clientes en cuanto a servicios de apoyo a la actividad turística. Además, algunas otras que se consideró relevantes como literatura de referencia para esta investigación.

**López, A., (2005),** Este artículo describe y compara las políticas de control de flujos diseñadas e implantadas en distintos países y sistemas migratorios a lo largo de las dos

últimas décadas. La entrada del control de la inmigración en la agenda política de los países receptores es relativamente reciente. Hasta los años setenta la inmigración permanece al margen de los debates públicos. La búsqueda de procedimientos eficaces de control se ha tornado una tarea inaprensible y aunque los gobiernos han intentado mostrar su capacidad para controlar los flujos, diversos factores de naturaleza nacional e internacional han moldeado sus respuestas y frenado su eficacia.

**Martínez, A. (2001)** En este trabajo se revisan algunos aspectos metodológicos, conceptuales y operativos, relacionados con la evaluación de la calidad en el sector servicios. También se presenta un estudio empírico con el que se pretende contribuir a la medición de la calidad en el ámbito de los servicios prestados por establecimientos de alojamiento turístico. El diseño muestral desarrollado en la investigación ha permitido obtener información con la que se ha procedido al estudio de la fiabilidad y validez del cuestionario elaborado, después se ha efectuado un análisis en el que se comparan las expectativas y percepciones de la demanda turística, para concluir con un estudio comparativo entre las opiniones de la oferta y la demanda.

**Duque E. (2005)**, En este trabajo se revisan las diferentes conceptualizaciones sobre el servicio y los modelos más reconocidos para la evaluación de la percepción de la calidad del servicio aparecidos en los últimos años. Se ofrece una breve descripción de dichos modelos, sus características más significativas, sus objetivos y sus diferencias. Los estudios sobre la evolución histórica de la gestión, la calidad y el marketing de servicios, ya enfocados en la evaluación de la calidad del servicio, se agrupan alrededor de dos escuelas: la escuela norteamericana, liderada por Parasuraman, Zeithaml y Berry, y la escuela nórdica, liderada por Grönroos. Aquí se tomarán estas tendencias como elementos de base para realizar un seguimiento al constructo calidad percibida, partiendo de los conceptos de servicio y calidad del servicio.

**Onton, Mendoza, Ponce, (2010).** En la Pontificia Universidad Católica del Perú presentan la tesis para obtener el grado de magister en administración sustentan la tesis denominada *“estudio de la calidad de servicio en el aeropuerto de lima”* El mercado de la aviación comercial en el Perú es una industria que presenta un gran potencial de crecimiento, dado que, en los últimos años, el volumen de pasajeros transportados y en conexión en el aeropuerto de Lima ha aumentado notablemente. Por otro lado, el tiempo de permanencia en el aeropuerto, como parte de la experiencia de viaje, es una de las etapas críticas del proceso para el pasajero. Dentro de los principales motivos de viaje de los pasajeros que usan el transporte aéreo, se encuentra el turismo. El servicio en el aeropuerto forma parte de la experiencia de turismo para el viajero, lo cual refuerza la importancia de la calidad de servicio asociada a la experiencia global del turista.

**Condori, M., (2012),** De acuerdo a las indagaciones que se hizo en la biblioteca especializada de la escuela profesional de turismo de la Universidad Nacional Del Altiplano, para optar el título de licenciada en turismo sustentó la tesis denominada; *“calidad de servicio de embarque lacustre, factor esencial para la satisfacción del turista. 2012”*, donde en relación a la calidad del servicio menciona en sus conclusiones y recomendaciones, el autor menciona que se demostró como los aspectos operativos significan más en la calidad de servicio de embarque, esto responde a que los turistas suelen recibir como calidad de servicio a aquello relacionado con el proceso de embarque como; horarios, puntualidad, explicaciones, donde el 39% de encuestados tuvieron demoras en el embarque y el 37% tuvieron incomodidades y un 39% les causa desagrado en cuanto a seguridad y comodidad en las instalaciones del embarcadero estando más conformes con la atención y cortesía recibida; del mismo modo nos da la siguiente recomendación de efectuar mediciones y seguimientos de la calidad de servicio, de manera regular lo cual nos permitirá descubrir deficiencias que se traducirán en oportunidades de mejora.

**Cari, L., (2010).** Para optar el grado de licenciada en turismo en la Universidad Nacional Del Altiplano sustentó la tesis denominada *“percepciones y expectativas de calidad de servicio del área de recepción en hoteles de tres estrellas de la ciudad de puno 2010”* llegando a la siguientes conclusiones, con respecto a la calidad de servicio menciona que el 72.92% responden aceptablemente y el 27.095 responden negativamente lo que significa que el ambiente y las instalaciones no son cómodas seguido de equipamiento no son modernos y carecen de calidad y confort que deben tener los hoteles de tres estrellas de la ciudad de puno; así de este modo llegamos a las recomendaciones que menciona el autor que los administradores de los hoteles especialmente del área de recepción deben propender por la mejora de tangibles, dentro de los cuales deben mejorar en el equipamiento como en la presentación de los servicios.

**Quispe, Y., Palomino, L., (2012)** Para optar el título de licenciada en turismo en la Universidad Nacional del Altiplano, sustentaron la tesis denominada *“Evaluación de la calidad de servicio en los restaurantes ubicados en la ruta Puno- Cusco orientado al segmento turístico” 2012.* Don de al final de la investigación llegaron a las siguientes conclusiones que los comensales casi en un 50% están insatisfechos con sus instalaciones especialmente con los servicios higiénicos del mismo modo con la temperatura y la cantidad de las comidas; y para ello llegaron a la siguiente recomendación, realizar encuestas periódicas como fuentes de información, capacitar al personal en todos los puestos para elevar el nivel de atención.

**Vilca, V., (2009)** Para optar el título como licenciada en turismo de la Universidad Nacional Del Altiplano sustentó la tesis denominada *Oferta de alojamientos rurales y calidad de servicio en alojamientos rurales de Atuncolla, 2009.* Para luego al final de la investigación llega a las siguientes conclusiones, según el autor en cuanto a infraestructura y equipamiento el 9% es excelente y es por las familias que esmeran en construir y decorar adecuadamente, el

57% es buena porque tienen su propia belleza y el 27% es regular porque tienen falencias y el 5% son malas porque son frías y oscuras, para finalizar el autor menciona las siguientes recomendaciones; asistir en su totalidad a los talleres y cursos de actualización, tomar medidas de precaución para el recojo de basura.

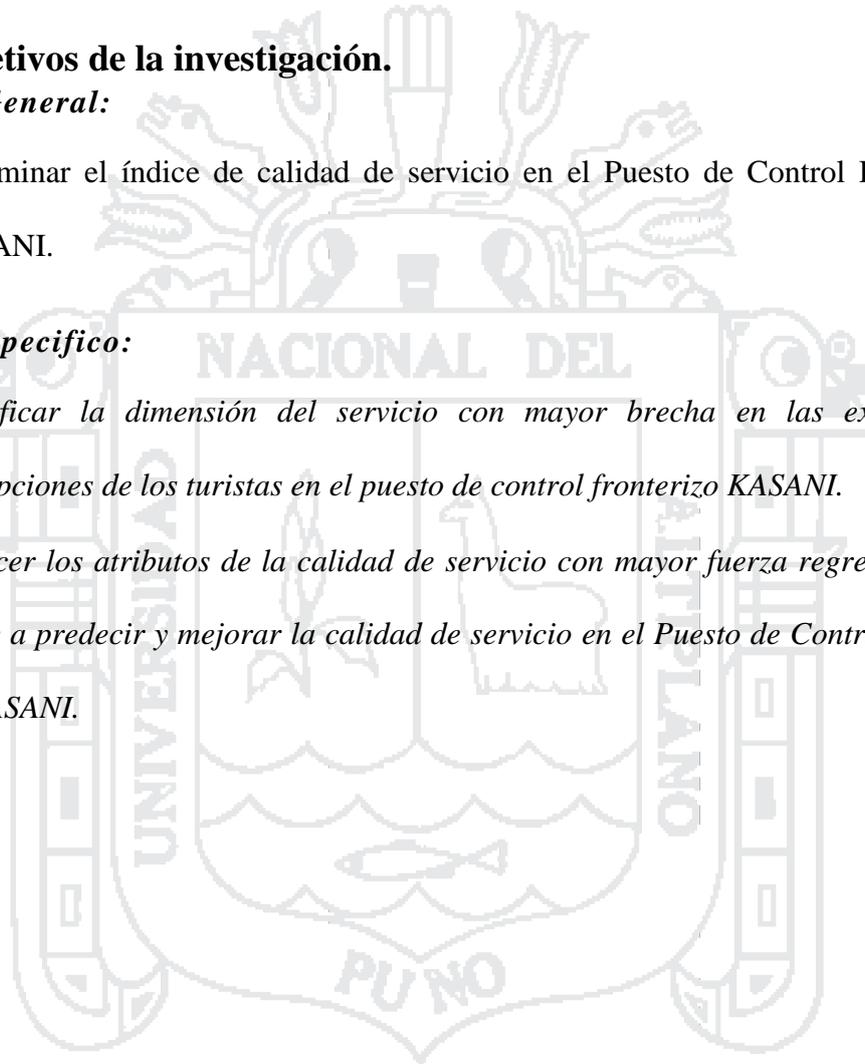
### 1.3. Objetivos de la investigación.

#### *Objetivos General:*

- Determinar el índice de calidad de servicio en el Puesto de Control Fronterizo de KASANI.

#### *Objetivo Especifico:*

- *Identificar la dimensión del servicio con mayor brecha en las expectativas y percepciones de los turistas en el puesto de control fronterizo KASANI.*
- *Conocer los atributos de la calidad de servicio con mayor fuerza regresora que nos ayude a predecir y mejorar la calidad de servicio en el Puesto de Control Fronterizo de KASANI.*



## CAPITULO II

### MARCO TEORICO, MARCO CONCEPTUAL E HIPOTESIS DE LA INVESTIGACION

#### 2.1. Marco teórico.

La calidad es un término utilizado de forma masiva en todos los ámbitos según kitchenham y pflieger (1996) “la calidad es difícil de definir y medir, aunque fácil de reconocer es por ello que la calidad en los últimos años ha cobrado mucha fuerza dentro del posicionamiento de una empresa, según Deming (1989) define la calidad como un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo costo, adecuado a las necesidades del mercado” lo que quiere decir es que el principal objetivo de la empresa debe ser permanecer en el mercado, proteger lo que invierte, ganar dividendos y asegurar a los empleados por tal motivo manifiesta que el camino para llegar a este objetivo es alcanzar la calidad y para alcanzar la calidad se debe mejorar el producto.

Según Juran, (2001). Menciona que es muy difícil llegar a una definición de lo que es la calidad el cual sea conveniente para todos, debido a los matices que intervienen en este concepto y los diferentes enfoques, por lo cual menciona que la calidad es la adecuación al uso lo que quiere decir es que la característica del servicio se ajusta al usuario y por tanto logra la satisfacción; “La calidad es la habilidad que posee un sistema para operar de manera fiable y sostenida en el tiempo, a un determinado nivel de desempeño, en una organización de servicios”. (Domínguez C, Humberto 2006).

Con relación a esto, la Organización Mundial de Turismo (2003) en su programa de trabajo entiende la calidad del turismo como, el resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los consumidores respecto a los productos y servicios, a un precio aceptable, de conformidad a las condiciones contractuales mutuamente aceptadas y con los factores subyacentes que determinan la calidad tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la transparencia, la autenticidad y la armonía de una actividad turística preocupada por su entorno humano y natural; (Palacios, 2000), menciona que la calidad ha sido un aspecto olvidado de los servicios públicos porque ella es una dimensión menos cuantificable que los precios, más difícil de regular y menos tangible, pero los usuarios dan cuenta cuando falta.

Por otro lado, Crosby (1987) define la calidad como conformidad con las especificaciones o cumplimiento con los requisitos dando a entender que la principal motivación de la empresa es alcanzar la cifra cero defectos lo cual se logra con la orientación de la empresa a la motivación y concientización de los empleados para realizar el trabajo bien a la primera vez.

Por otro lado (Ishikawa 1976) impulso la idea de que el mejoramiento de la empresa puede provenir de los propios trabajadores, quienes bien entrenados para trabajar en equipo y mediante el uso de procedimientos y técnicas apropiadas para la solución de problemas, podrían contribuir grandemente al mejoramiento de la calidad.

La calidad como respuesta a las expectativas de los clientes ISO 9000, la principal aportación que nos da es que reconoce la importancia del deseo del cliente a la hora de determinar los parámetros que determinan la calidad en un producto o servicio y la define como el grado en que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos, por otro lado, García (2001) menciona que la calidad definida desde la perspectiva del cliente es la más aceptada ya que son los que hacen la valoración última del servicio o producto también menciona que tiene un defecto y es la subjetividad para la medición de la calidad.

Gronroos (1977), nos da a conocer que el servicio puede ser de diferentes envergaduras, desde muy sencillos como atender una llamada hasta muy complejas como atender a un grupo de turistas con diferentes necesidades, nos dice que los resultados de un servicio son de hecho un producto intangible; (Darvy y karni 1973), menciona que las características del servicio hacen que los servicios sean más altos en cuanto a experiencia y cualidades de credibilidad y de este modo los usuarios tienen más dificultad al evaluar los servicios que a los productos.

Esteban, (2005) servicio es cualquier actividad o beneficio que una empresa o institución puede ofrecer al cliente o usuario con esencia de intangible es decir no se puede poseer el cual no es necesariamente un producto físico. Según el ISO 9000, el servicio es el resultado de al menos de llevar una actividad entre el proveedor y el cliente generalmente intangible se producen y se consumen simultáneamente sus características son intangibilidad, no hay transferencia de propiedad, no se puede volver a venderse, no se puede enseñarse o probarse ya que no existe antes de la compra, no puede almacenarse, tiene relación directa entre productor y consumidor.

Gronroos, (1994), el concepto de calidad de servicio es de reciente desarrollo en Europa y Estados Unidos, a partir de la década de los noventa, en consecuencia, frente a esta situación, dos tendencias mundiales han aumentado el énfasis en la calidad de los servicios públicos en los últimos años; (Simpson, 1998). Menciona que la calidad del servicio se está convirtiendo en nuestros días en un requisito imprescindible para competir; (Ruiz, 2002), y así de esta forma se convierte en un elemento estratégico que confiere una ventaja diferenciadora y perdurable en el tiempo a aquellas que tratan de alcanzarla.

Zeithaml y Bitnes, (2000), menciona que la calidad de servicio es un componente primordialmente de las percepciones del usuario en tanto para determinar el nivel de calidad de servicio menciona dos factores claves que son las expectativas y las percepciones en consecuencia

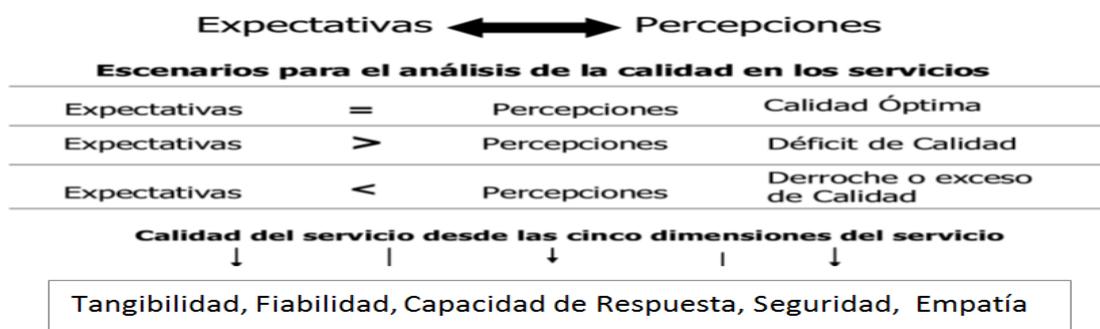
sugiere el autor, elevar la percepción que tiene el usuario respecto a lo que consume y disminuir las expectativas de los usuarios; según el autor (Ottle D 1991), es fundamental que las instituciones logren determinar con precisión cuál es el problema que el cliente espera que se le resuelva y cuál es el nivel de bienestar que el usuario espera que usted le proporcione.

Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985, 1988) partieron del paradigma de la des confirmación y luego de unas investigaciones y valuaciones, tomando como base el concepto de calidad de servicio percibida, desarrollaron un instrumento que permitiera cuantificar la calidad de servicio y lo llamaron SERVQUAL, este instrumento les permitió aproximarse a la medición mediante la evaluación por separado de las expectativas y percepciones de un cliente, apoyándose en los comentarios hechos por los consumidores en la investigación, donde inicialmente identificaron diez determinantes de la calidad de servicio.

Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985,1988), definen la calidad de servicio percibida como “el juicio global del cliente acerca de la excelencia o superioridad del servicio, que resulta de la comparación entre las expectativas de los consumidores (lo que ellos creen que las empresas de servicios deben ofrecer) y sus percepciones sobre el resultado del servicio ofrecido”. Así pues, cuando se pretende medir la calidad en los servicios es necesario utilizar instrumentos de análisis que permitan evaluar un concepto teórico, con un claro componente subjetivo, la calidad percibida por el cliente.

**TABLA 1**

**INSTRUMENTO DE ANALISIS PARA EVALUAR CALIDAD**



Fuente: Kotler (1998) y Zeithalm y Bitner (2002)

Según Parasuraman et al. (1988), el término expectativa difiere de la satisfacción en el uso que se le da dentro del marco de la calidad de servicio. Puntualmente, en la literatura referente a la satisfacción, las expectativas son definidas como las predicciones hechas por el consumidor sobre lo que ocurrirá durante una transacción o intercambio. En contraste, la literatura vinculada a la calidad de servicio explica que las expectativas son más bien deseos del consumidor en torno al servicio (lo que el consumidor siente que el proveedor debe ofrecer). La investigación de las expectativas y percepciones del turista es el primer paso para establecer estándares de calidad para un servicio. El modelo de investigación denominado SERVQUAL, busca medir la calidad de servicio.

El modelo SERVQUAL define la calidad del servicio como la diferencia entre las percepciones reales por parte de los clientes del servicio y las expectativas que sobre éste se habían formado previamente. De esta forma, un cliente valorará negativamente la calidad de un servicio en el que las percepciones que ha obtenido sean inferiores a las expectativas que tenía, y viceversa (Zeithaml y Bitner, 2000), analizaron cuáles eran los principales condicionantes en la formación de las expectativas.

**Figura N 1**

**MODELO SERVQUAL**



Fuente: Zeithaml y Bitner (2000).

Tras su análisis, concluyeron que estos condicionantes eran la comunicación boca-oído entre diferentes usuarios del servicio, las necesidades propias que desea satisfacer cada cliente con el servicio que va a recibir, las experiencias pasadas que pueda tener del mismo o similares servicios, y la comunicación externa que realiza la empresa proveedora del servicio, usualmente a través de publicidad o acciones promocionales.

El modelo Servqual, desarrollado por Parasuram, Zeithaml y Berry (1988), es el más difundido en el mundo de los servicios el propósito inicial fue difundir escala de múltiples ítems que permita medir la calidad de servicio, luego modificaron para determinar solamente cinco dimensiones: tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Zeithaml y Bitner, (2000), del mismo modo propusieron como dimensiones subyacentes componentes del constructo calidad de servicio, según la escala multidimensional SERVQUAL, que es el modelo que aparece al final de la anterior tabla, esta es una herramienta para la medición de la calidad desarrollada por Zeithaml, Valerie A., A.Parasuraman y Leonard L. Berry 1988), ellos mencionan que son las siguientes:

**TABLA 2**  
**SIGNIFICADO DE LAS DIMENSIONES DEL MODELO SERVQUAL**

DIMENSIÓN	SIGNIFICADO
Tangibilidad.	Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, empleados y materiales de comunicación
Fiabilidad.	Habilidad de prestar el servicio prometido de forma precisa.
Capacidad de respuesta.	Deseo de ayudar a los clientes y de servirles de forma rápida.
Seguridad.	Conocimiento del servicio prestado y cortesía de los empleados, así como su habilidad para transmitir confianza al cliente.
Empatía.	Atención individualizada al cliente.

Fuente: Elaboración propia con datos de Zeithaml y Berry (2000). Dimensiones de la calidad en el servicio.

***Tangibilidad.***

En la escala SERVQUAL, los elementos tangibles están relacionados con la apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y material de comunicación. Son los aspectos físicos que el cliente percibe en la organización. Cuestiones tales como limpieza y modernidad son evaluadas en los elementos personas, infraestructura y objetos. a la apariencia de las instalaciones físicas, el equipo, el personal y los materiales de comunicación, “Son los aspectos físicos tales como las instalaciones, el personal, la documentación y el material de comunicación, esta imagen física tiene que exceder las expectativas del cliente”.

***Fiabilidad.***

Farfan M. Yheni (2007) precisa que: “La fiabilidad de un sistema es hacer un producto o proceso sin fallos y evitando el riesgo mínimo, con un factor esencial para la competitividad de una industria, es la capacidad para identificar los problemas, disminuir errores y buscar soluciones con la finalidad de evitar riesgos; mediante la mejora de los procesos, innovación de la tecnología y capacitación del personal, el abastecimiento de los insumos, ejecutándose el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. La fiabilidad es claramente un factor esencial en la seguridad de un producto que asegure un adecuado rendimiento de los objetivos funcionales.

***Capacidad de respuesta.***

Para Zeithman Valerie A. y Jo Bitner (2002) la capacidad de respuesta es disponibilidad para ayudar a los clientes, consiste en intentar ser sujetos. No se trata de ser simplemente un engranaje, así mismo es la capacidad de sentirse obligado a dar una respuesta o cumplir un trabajo sin presión externa, es un valor moral que está en la conciencia de la persona, que le permite reflexionar, administrar, orientar y valorar las consecuencias de sus actos, con la disposición de ayudar a los usuarios y proveerlos de un servicio rápido. Tiene dos vertientes: individual y colectiva; individualmente es la capacidad que tiene una persona de conocer y

aceptar las consecuencias de sus actos libres y conscientes y colectivamente es la capacidad de influir en lo posible en las decisiones de una colectividad, al mismo tiempo que respondemos de las decisiones que se toman como grupo social en donde estamos incluidos.

### ***Seguridad.***

Castillo M. Eduardo (2005:2) menciona que la “Seguridad, como el conocimiento de los empleados sobre lo que hacen, su cortesía y su capacidad de transmitir buena fe y confianza” Gonzalez, (2006) precisa que: “La seguridad es el conocimiento del servicio y la cortesía prestada, amabilidad de los empleados; así como, su habilidad para transferir confianza al cliente” es una cualidad, habilidad y aptitud del conocimiento de las personas para brindar la información acerca del servicio que se ofrece de una manera fácil, sencilla y precisa, el mismo modo es la capacidad de transmitir confianza a las personas para que ellas nos puedan indicar sus necesidades, para así poder brindar la ayuda que requiera.

### ***Empatía.***

Según Zeithman, Valarie A. y Jo Bitner, (2002), empatía es “Brindar a los clientes atención individualizada y cuidadosa” es “La habilidad cognitiva, propia de un individuo, de tomar la perspectiva del otro o de entender algunas de sus estructuras de mundo, sin adoptar necesariamente esta misma perspectiva”, *es una experiencia adquirida a partir de las emociones de los demás a través de las perspectivas tomadas de estos y de la simpatía, definida como un componente emocional de la empatía*”, nos permite entender a los demás, poniéndonos en su lugar para poder entender su forma de pensar así como comprender y experimentar su punto de vista mejorando las relaciones interpersonales que permiten la buena comunicación, generando sentimientos de simpatía, comprensión y ternura, donde interviene la calidad de interrelación, el desarrollo moral, buena comunicación y el altruismo (generosidad).

Para lo cual son establecidas las cinco brechas (GAPs) por Parazuraman, Zeithalm y Berry (1958- 1988) en donde menciona que las causales de las discrepancias entre lo que el consumidor percibe y lo que espera.

**Brecha 1:** No saber lo que el cliente espera. Se produce entre la expectativa que el usuario tiene, en razón con el servicio, y la percepción de las expectativas de los usuarios que la institución o empresa tiene, Cobra (2000).

**Brecha 2:** No seleccionar el diseño ni los estándares del servicio correctos. Cuando la institución o empresa de servicios no está bien sintonizado con los usuarios. Es decir, que al no percibir que la institución quizá no esté brindando el servicio como el usuario espera, haciendo promesas que no está cumpliendo. Cobra (2000).

**Brecha 3:** No entregar el servicio con los estándares del servicio. Es consecuencia de fallas en los servicios prestados por los funcionarios e incluso resultado de fallas tecnológicas. Las fallas de percepción de los servicios prestados con relación a la percepción de las especificaciones del servicio tienden a provocar insatisfacción en los clientes. Cobra (2000).

**Brecha 4:** No igualar el desempeño con las promesas. Se presenta cuando la comunicación o publicidad del servicio no corresponde al servicio ofrecido, caso en el que puede configurarse publicidad engañosa, castigada por la ley en defensa al consumidor. Cobra (2000)

**Brecha 5:** No suministrar el servicio que el cliente espera. Refleja las diferencias entre las expectativas del cliente con relación al servicio que está adquiriendo y su percepción respecto al desempeño. Cobra (2000).

Arape (1999), nos menciona que los 22 ítems de la calidad de servicio, habían sido previamente identificados mediante reuniones con grupos de clientes de diferentes tipos de servicio. Para luego darnos cuenta que se calculan las puntuaciones medias (P-E) para cada dimensión, a partir de los ítems que la integran. En este apartado se recomienda calcular la

mediana y no la media aritmética por no ser ésta última una medida adecuada para la valoración cualitativa.

Por otro lado, es en el puesto de control donde el turista recibe la primera y última impresión de una ciudad o país, y es un hecho que una experiencia agradable propicia el gasto y los futuros planes de viaje. Por esta razón, la medición del nivel de calidad de servicio en el puesto de control fronterizo KASANI tiene un gran sentido estratégico, de acuerdo con (Arellano, 2001), cuando se brinda un buen servicio y este es adecuado, también es necesario un acercamiento psicológico con el cliente, debido a que muchas veces, más que una real necesidad del servicio, lo que el individuo requiere es un cierto grado de tranquilidad y seguridad.

Finalmente, observamos como la existencia de una deficiencia de la calidad percibida en los servicios puede estar originada por cualquiera de las otras discrepancias o una combinación de ellas. Luego la clave para cerrar el GAP 5, la diferencia entre las expectativas y percepciones de los consumidores, está en cerrar los restantes gaps del modelo:

$$\text{GAP 5} = f(\text{GAP 1}, \text{GAP 2}, \text{GAP 3}, \text{GAP 4})$$

Para el desarrollo de la presente investigación se planteó la metodología de SERVQUAL de Zeithaml, Parasuraman y Berry, que responde al objetivo planteado con anterioridad, como identificar el nivel de calidad de servicio en el Puesto de Control Migratorio Fronterizo de KASANI Adaptando el cuestionario a cada área Se adaptó el cuestionario SERVQUAL (cuestionario de percepción) tomando como base la descripción de los servicios que brinda cada área para la selección de cada pregunta y de esta manera obtener el cuestionario adecuado para cada una de ellas. La herramienta SERVQUAL maneja una escala de respuestas de 7 niveles, para fines de este proyecto se utilizó la escala Likert.

## 2.2. Marco conceptual

**Atributo:** Calidad específica que caracteriza a un servicio o bien.

**Brecha:** Del inglés gap, representa las diferencias encontradas entre la calificación real percibida y la valoración que el consumidor espera.

**Calidad:** es el nivel de excelencia que la empresa ha escogido alcanzar para satisfacer a su cliente clave. Representa al mismo tiempo la medida en que se logra dicha calidad. (Horovitz, 1993: 1). Conjunto de propiedades inherentes a algo que permiten juzgar su valor, son las características del producto que se basa en las necesidades del cliente y por eso brindan satisfacción del producto, del mismo modo se puede decir que la calidad objetiva se enfoca en la perspectiva del productor y la calidad subjetiva se enfoca en la del consumidor. (Juran 1990).

**Calidad de Servicio:** es el aglomerado total de características del producto o servicio respecto a mercadotecnia, ingeniería, manufactura y mantenimiento; por medio de las cuales el producto y el servicio cubren las expectativas del cliente. (Cárdenas, 1993). Es la medida en la que el nivel de servicio entregado encaja con las expectativas del consumidor (Parasuraman et al 1988).

**Calidad percibida:** definen como el juicio que el consumidor se forma sobre la excelencia o superioridad de una entidad; es una forma de actitud, relacionada pero no equivalente a la satisfacción. (Parasuraman et al.1988)

**Control de frontera:** Regulación por un Estado del ingreso de personas a su territorio, en ejercicio de su soberanía. (OIM, 2012).

**Control Migratorio:** es un concepto muy variado y poco concreto, una prueba de esta situación son las diferentes conceptualizaciones en la legislación latinoamericana, que relaciona el control migratorio con una serie de funciones que el estado asume en relación con el movimiento de personas sean nacionales o extranjeros, identificándose por lo menos cuatro elementos que estructuran el concepto, cruce de un límite entre dos estados, ejercicio de poder estatal, regulación estatal, atribución de derechos y responsabilidades; en

consideración de lo mencionado se define control migratorio a la capacidad del estado para verificar, vigilar, supervisar y autorizar la entrada, permanencia y salida de nacionales o extranjeros, normado y efectuada por la Superintendencia Nacional de Migraciones. (OIM, 2012).

**Corriente migratoria:** Cantidad de migrantes que se mueve o está autorizada a moverse desde o hacia un país para tener acceso al empleo o establecerse por un período de tiempo determinado. (OIM).

**Emigración:** donde sale la población e inmigración que presenta, desde el punto de vista del lugar o país a donde llegan los "migrantes", la emigración consiste en dejar el lugar de origen para establecerse en otro país o región, especialmente por causas económicas o sociales. Forma parte del concepto más amplio de la migración de las poblaciones, podría decirse que la emigración termina donde comienza la inmigración. Los países que registran más inmigración en la actualidad son los pertenecientes a los denominados países del primer mundo. (OIM, 2012)

**Expectativas:** son más bien deseos del consumidor en torno al servicio (lo que el consumidor siente que el proveedor debe ofrecer). (Parasuraman et al. 1988). Se refiere a la necesidad de informar y dar una percepción positiva de las características del producto al consumidor potencial, no deberían producirse sorpresas negativas en el momento en que se presta el servicio o se suministra el producto: el consumidor debe recibir lo que se le ha prometido o incluso más. (Cobra, 2000: 145).

**Flujo:** cantidad de migrantes que se mueven desde o hacia un país por un periodo de tiempo largo o corto. (Glosario de migraciones, 2012)

**Gestión de la calidad:** es el compromiso de toda la organización para hacer bien las cosas, es decir, una forma global de mejorar la eficacia y flexibilidad de un negocio. (James, 1997: 69).

**Inaprensible:** significa que es difícil de comprender, o captar por ser demasiado sutil. (Real academia de la lengua española)

**Influjo:** llegada continua de un gran número de personas no nacionales a un país conocido como migración masiva. (Glosario de migraciones 2012)

**Inmigración:** Es la entrada a un país o región de personas que nacieron o proceden de otro lugar. Representa una de las dos opciones o alternativas del término migración, que se aplica a los movimientos de personas de un lugar a otro y estos desplazamientos conllevan un cambio de residencia temporal o definitivo, interpretada de manera que una emigración lleva como contrapartida posterior una inmigración en el país o lugar de llegada. (OIM, 2012).

**Migración:** La migración es el desplazamiento de la población (humana) que se produce desde un lugar de origen a otro destino, generando cambios en su proceso y estadía, siendo diversas las causas de la misma, la migración humana presenta dos enfoques, la emigración desde el punto de vista del lugar o país de origen. (OIM, 2012).

**Movilidad humana:** es la movilización de personas de un lado a otro en ejercicio de su derecho de libre circulación, motivado por diversas razones, por periodos cortos o largos de un país hacia el exterior del mismo (glosario de migraciones 2012)

**Paso de frontera.** Territorio habilitado por las autoridades nacionales competentes para el ingreso y salida al territorio de otro estado, por vía terrestre fluvial de personas vehículos animales y mercancías. (OIM, 2012).

**Puesto de Control Fronterizo:** Instalaciones ubicadas en el paso de frontera donde se cumplen funciones, propios del proceso migratorio, como tramites, diligencias, inspecciones, indispensables para la salida e ingreso de un país. (OIM, 2012).

**Percepción:** son las dimensiones del servicio y las formas en que el cliente evalúa el servicio. (Zeithaml y Bitner, 2000: 93). Enmarcaron a la definición como la imagen mental que se forma con la ayuda de la experiencia y las necesidades, las cuales son el resultado de un

proceso de selección, interpretación y corrección de sensaciones. Además, dichos autores señalan que la percepción es, inherentemente, subjetiva, selectiva y temporal. (Rivera et al. 2000)

**Satisfacción:** introduce los elementos de subjetividad en la percepción de la calidad. Según sus características, las exigencias o expectativas de los clientes varían. Un marketing fundado y movido por un anhelo de calidad atiende a esas características y trata de catalogar a los consumidores según los diferentes tipos y grados de calidad que perciben. (James, 1997).

**Servicio:** es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo. (Horovitz, 1993). Es cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra, son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa, su producción puede estar vinculada o no con un producto físico. (Kotler 1997).

**Servicio turístico:** el producto de la planta turística que en definitiva consume el turista, pero como planta, está orientada a la facilitación de las actividades turísticas. (Boullón, 1985)

**Servicio al usuario:** implica actividades orientadas a una tarea, que no sea la venta proactiva que permita la interacción con los usuarios en persona, es el establecimiento de una relación de mutua satisfacción de expectativas entre el usuario y la organización. (Love cock, 1990)

**Servqual:** son parámetros establecidos para medir el cociente de satisfacción o insatisfacción de un servicio. (Cobra, 2000).

**Sistema de Calidad:** es donde se detalla el aporte documental que se necesita para cumplir con todos los puntos de la normativa para alcanzar la excelencia y estar compuesto según las normas internacionales de estandarización de la calidad (ISO 9004-2), el manual de calidad y de procedimientos. (Senlle y Bravo, 1993).

**Territorio:** La definición de territorio varía de acuerdo a la disciplina desde la cual se enfoca, por lo que se denominara territorio al área (incluyendo tierras, aguas y espacio aéreo) siempre con la posesión de estado o un país. (OIM,2012).

**Tarjeta Andina de Migraciones – TAM:** Corresponde a la denominación de la Tarjeta Andina de Migraciones, creada por la Comisión del Acuerdo de Cartagena de la Comunidad Andina de Naciones, contemplada en la decisión 397, con la finalidad de simplificar el control de movimiento de personas que ingresan y salen de países miembros del acuerdo de Cartagena, así como armonizar el formato e información contenido en los documentos de control migratorio, dicha tarjeta constituye el único documento de control migratorio y estadístico de uso obligatorio, su uso no excluye la presentación del pasaporte, visa u otro documento previsto en las normas nacionales o convenios bilaterales vigentes.(OIM,2012).

## **2.3. Hipótesis de la investigación.**

### **2.3.1. Hipótesis General:**

- El índice de calidad de servicio desde la perspectiva del turista extranjero en el puesto de Control Fronterizo KASANI, es satisfactorio.

### **2.3.2. Hipótesis Específica:**

- Las dimensiones con mayor brecha en las expectativas y percepciones de los turistas en el puesto de control fronterizo de KASANI, están en capacidad de respuesta y empatía.
- *Los atributos de la calidad de servicio con mayor fuerza regresora que nos ayuda a predecir y mejorar la calidad de servicio en el Puesto de control Fronterizo KASANI, son seguridad y capacidad de respuesta.*

## CAPITULO III

### METODO DE INVESTIGACION

#### 3.1 Método

Para medir la calidad de servicio en el puesto de control fronterizo KASANI, se toma como instrumento el cuestionario, por sus características de formato facilitan el manejo de información. Por tal motivo para el presente trabajo se utiliza el modelo SERVQUAL desarrollado por Parasuraman et. Al (1985). Primero se elaboró un cuestionario adecuándolo a las características que presenta este tipo de servicio, el cual se basa en utilizar la escala de Likert. (1932), se eligió este método por ser uno de los instrumentos más utilizados para medir escalas.

#### 3.2. Población.

La población objeto de estudio son los turistas extranjeros en el punto de ingreso y salida del Perú el cual es el puesto de control fronterizo KASANI es por ello que se considera una población finita,

#### 3.3. Muestra.

en un muestreo aleatorio simple, considerando a los turistas extranjeros que estuvieran dispuestos a participar y para ello se consideró los buses de Titicaca Bolivia como un lugar adecuado para efectuar la recolección de datos y esto nos dio mayor tiempo y facilidad para a la hora de hacer encuestas antes y después del control migratorio:

Donde

N	: 164 992	Población	(flujo migratorio anual)
e	: 0.1	error máximo permisible	
Z	: 1.96	Valor en tablas para el nivel de confianza de 95%	
P	: 0.5	Probabilidad	
Q	: 0.5	nivel de confianza.	

$$N = \frac{Z^2 * P * Q * N}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

$$N = \frac{158458.317}{1650.8704}$$

$N = 95.98$  Equivalente a 96 encuestados.

### 3.4. Recolección de datos.

La toma de datos se obtuvo in situ, mediante encuestas a ciudadanos extranjeros que Salen o Ingresan al peru, en los días que presentan mayor frecuencia en el flujo migratorio, para el cual se utiliza el instrumento SERVQUAL de Parasuraman (1991) orientado al tipo de servicio que se desea medir en donde el cuestionario se divide en dos partes una primera que ha medido las expectativas donde el turista da a conocer de lo que espera recibir y considera como calidad de servicio excelente y una segunda parte que se realiza después del control migratorio correspondiente, que ha medido las percepciones de lo que en realidad es el servicio en el puesto de control fronterizo KASANI, las preguntas son adaptadas con el diseño de tipo Likert desde poco importante hasta muy importante en un parámetro de 1 al 5 los cuales en total fueron 22 preguntas y estuvieron distribuidos 3 preguntas para tangibilidad, 3 preguntas para fiabilidad, 5 preguntas para capacidad de respuesta, 5 preguntas para seguridad y finalmente 6 preguntas para empatía como se puede observar en la tabla 3.

TABLA 3

**NUMERO DE PREGUNTAS POR DIMENSIONES PARA ENCUESTA**

Dimensión	Preguntas
Tangibilidad	1,2,3.
Fiabilidad	4,5,6.
Capacidad de respuesta	7,8,9,10,11.
Seguridad	12,13,14,15,16.
Empatía	17,18,19,20,21,22.

Fuente: elaboración propia

### 3.5. Tipos de estadísticas.

Una vez aplicado los cuestionarios, se pasó cada una de ellas a una base de datos utilizando Excel, una vez obtenidos los resultados de puntuaciones se realizó un análisis cuantitativo se obtuvo el mínimo, máximo y el promedio de las dimensiones de la calidad para luego obtener un promedio general de las dimensiones y posteriormente se realizó un análisis cuantitativo que consiste en la diferencia de promedios (percepciones- expectativas) lo que representa el nivel de calidad percibida, para luego calcular el índice de calidad percibida (ICS) para cada dimensión:

$$\text{ICS} = \text{importancia} * (\text{Percepciones} - \text{Expectativas})$$

El índice de calidad de servicio se interpreta de acuerdo a la escala de valores de Likert que se muestra en la tabla 4, Cada nivel consta con un porcentaje de 20% la escala permite ver en qué nivel de calidad de servicio se encuentra conociendo el índice de calidad de servicio.

TABLA: 4

## CALIFICACIONES DE ESCALA TIPO LIKERT

Nivel de Likert	Significado	Rango de percepción de la calidad de servicio.
1	Muy deficiente	0-20
2	Deficiente	20-40
3	Neutro	40-60
4	Bueno	60-80
5	Muy bueno	80-100

Fuente: elaboración propia

Seguidamente se calculan las brechas y para ello se resta el índice ideal 5 de cada uno de los promedios de cada una de las dimensiones, posteriormente una gráfica de las brechas (percepciones-expectativas) para conocer la diferencia dentro de cada dimensión luego se obtiene el resultado general el cual se interpreta en que si un número es negativo indica que las expectativas son mayores que las percepciones, si el número es positivo indica que las percepciones de los clientes están por arriba de las expectativas lo que significa que si hay calidad de servicio y la institución está haciendo bien su trabajo.

Para cada dimensión los grados (1 al 5) arrojan un promedio, el promedio general se compara con el promedio de la eficacia total del servicio, que se califica en 5 (calidad idónea según percepción de los clientes), simplificando vamos a analizar el promedio global de cada una de las dimensiones.

En la parte final del trabajo se utiliza la herramienta SPSS para determinar en qué medida influye cada una de las dimensiones en la obtención de la calidad y cuál es la dimensión con mayor influencia en la variable dependiente, mediante el modelo de regresión lineal múltiple,

el cual se utiliza para predicción de la percepción de la calidad de servicio o variable predictora a partir de las dimensiones o variables explicativas.

$$PGC = \beta_0 + \beta_1 T + \beta_2 F + \beta_3 CR + \beta_4 S + \beta_5 E + \varepsilon$$

Donde:

*PGC* : Percepción General de la calidad

*T* : Tangibilidad

*F* : Fiabilidad

*CR* : Capacidad de Respuesta

*S* : Seguridad

*E* : Empatía

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$  : Coeficientes de explicación

$\beta_0$  : Intercepto

$\varepsilon$  : error



## CAPITULO IV

### CARACTERIZACION DEL AREA DE INVESTIGACION

#### **4.1. Ubicación del puesto de control fronterizo Kasani.**

El presente trabajo de investigación comprende el Puesto de Control Fronterizo KASANI, el cual está ubicado a 400 metros de distancia de la línea de frontera (hito 19), en el Centro Poblado Menor de KASANI, que pertenece al Distrito y Provincia de Yunguyo de la Región de Puno, para llegar a esta ciudad se toma el desvío de Pomata y con una carretera de 20 km que pasa por el lado norte del volcán Kaphia se ubica Yunguyo y tan solo a un par de kilómetros está el Puesto de Control Migratorio Fronterizo de KASANI en la actualidad, según la importancia estadística, dicho Puesto de Control Fronterizo representa el quinto punto de mayor importancia de ingreso y salida de ciudadanos extranjeros a nivel nacional. (Puesto de Control Fronterizo KASANI, 2014).

#### **4.2. Extensión.**

En cuanto a la superficie, cuenta con un total de 13.74 Km<sup>2</sup> que representa el 7.49% del territorio de la Provincia de Yunguyo y se caracteriza por encontrarse en la sub-unidad geográfica circunlacustre que comprende desde el nivel del lago Titicaca (3812 msnm) hasta aproximadamente 4650 msnm, existiendo predominancia de pampas y llanuras con relativa pendiente con condiciones para la producción de cultivos de pan llevar y ganadería por encontrarse en faldas del cerro kapia.

### 4.3. Topografía.

La Topografía es plano en los sectores de Kasani y Yunguyo con pendientes en la parte del cerro Kapia, pero que en estas partes no existe viviendas, pero se desarrolla la actividad agrícola y pecuaria en periodos determinados por la comunidad.

### 4.4. Regiones naturales.

Se encuentra en la región de la Sierra, sub unidad geográfica altiplánica de la Región.

### 4.5. Ubicación geográfica.

Se encuentra en la región de la Sierra, sub unidad geográfica altiplánica de la Región.

Latitud Sur	:	16°16'40"
Latitud Oeste	:	69°10'24"
Altitud	:	3850 m.s.n.m.

### 4.6. Límites:

Por el Sur con el distrito de Yunguyo, a partir del último lugar nombrado el limite sigue con dirección Sur.

Por el Oeste colindante con la comunidad de chimbo, siguiendo el límite provincial desde el último lugar nombrado hasta la intersección del meridiano.

Por el este colinda con la comunidad de Tahuaco, Huarahuarani Luma, Taipi Klollo.

Por el Norte con el lago Titicaca, desde la desembocadura del Río Chimbo hasta el lugar denominado Chullucota en las inmediaciones de la desembocadura de la quebrada Cuturapi.

Ubicación geográfica – Distrito de Cuturapi

### 4.7. Clima.

El centro polbado de Kasani enfrenta un clima de naturaleza extrema con grandes variaciones de temperatura, frígido y seco con temperaturas que descienden hasta los  $-15^{\circ}\text{C}$  en los meses de invierno y alcanzando una temperatura máxima de  $25^{\circ}\text{C}$  en los meses de verano durante el día, sin embargo, la ubicación que relaciona el beneficio termorregulador del Lago Titicaca,

mantiene una temperatura de mayor estabilidad. Por otro lado, las presencias de lluvias se manifiestan a partir de los meses de setiembre y/o octubre, siendo esta con mayor intensidad en los meses de diciembre enero y febrero pudiéndose prolongar hasta el mes de marzo, avicinándose en los meses de abril mayo y junio las temperaturas más frías propias del altiplano puneño.

#### **4.8. Hidrografía.**

La localidad de Kasani está ubicada a 1 km de las orillas del lago Titicaca, ubicación geográfica que involucra los seres biológicos existentes en el lago Titicaca, a razón de que tanto las aguas pluviales y servidas discurren hacia el lago Titicaca, lago que alberga un sinnúmero de recursos hidrobiológicos.

Por otro lado, el territorio el centro poblado de Kasani cuenta con manantiales naturales tanto en la zona llana como en las quebradas geográficas formadas por los cerros.

#### **4.9. Vías de comunicación.**

Accesibilidad a la localidad de Kasani.

El acceso a la localidad de Kasani es a través de la carretera asfaltada Panamericana a 1.5 Km. de la capital de la provincia de Yunguyo y a 130 Km de la capital de departamento - ciudad de Puno, cabe precisar que el distrito de Kasani está a 25 Km de la carretera Puno Desaguadero, que vincula al vecino país de Bolivia, asimismo precisa señalar que la localidad de Cuturapi está a menos de 1 Km del hito N° 21 Paso de frontera al país de Bolivia, a través de una vía asfaltada.

MAPA PUNO- YUNGUYO- KASANI.



Fuente: [https://www.google.com.pe/circuitos /place/Provincia+de+Yunguyo.](https://www.google.com.pe/circuitos/place/Provincia+de+Yunguyo)



## CAPITULO V

### EXPOSICION Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS

#### 5.1. Resultados de investigación.

Luego de recolectados los datos, a continuación se presentan los resultados de la investigación en base a la información recogida el análisis de los datos en este capítulo incluye una primera parte relacionada con el análisis descriptivo de las variables y dimensiones encontradas, que permiten comparar descriptivamente los resultados; y una segunda parte en la que se desarrollan los métodos estadísticos de regresión, para explorar los datos en detalle y explicar el modelo de dimensiones y las brechas halladas.

#### 5.2. Calidad de servicio en el Puesto de Control Migratorio Fronterizo de KASANI.

#### 5.3. Promedio general de la calidad de servicio

Para poder obtener el promedio general primero se calculó el promedio para expectativas y percepciones de cada dimensión, así como podemos observar en la tabla 3 de estadísticas de expectativas por dimensiones, nos damos cuenta que la expectativa generalmente fue muy alta esto indica que fue muy difícil que las puntuaciones concuerden o superen en las notas asignadas, alcanzando la expectativa un promedio mayor a (3.94) lo que nos da a entender que los turistas tienen una expectativa alta de los servicios del Puesto de Control Migratorio Fronterizo de KASANI esto fue considerando la escala del 1 al 5 en la escala de Likert para definir la importancia.

TABLA: 5

## PROMEDIO DE EXPECTATIVAS POR DIMENSIONES.

	Min.	Max.	Promedio	desv.est.
<b>Tangibilidad.</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>3.94</b>	<b>0.92</b>
<b>Fiabilidad.</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>3.95</b>	<b>0.96</b>
<b>Cap. De Resp.</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>4.41</b>	<b>0.76</b>
<b>Seguridad</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>3.94</b>	<b>0.89</b>
<b>Empatía</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>4.28</b>	<b>0.75</b>
<b>Índice General de Expectativas</b>			<b>4.1</b>	<b>0.86</b>

Fuente: elaboración propia.

así mismo mencionamos que la dimensión, capacidad de respuesta es la que tiene el promedio más alto (4.41), y al hallar el máximo (5) y mínimo (1) observábamos que escasamente se pudo encontrar un mínimo de 1 que corresponde a nada importante y este corresponde a tangibilidad lo que nos muestra que el turista tiene menor interés en características físicas, apariencia del personal, instalaciones, equipo, lo que no quiere decir que le reste importancia a esta dimensión.

En la tabla 6, podemos ver como se distribuyen los promedios, en cuanto a fiabilidad que tiene un promedio de 3.97, vale mencionar que es el promedio más alto para percepciones del turista, y como el promedio más bajo tenemos a capacidad de respuesta que alcanza un promedio de 2.65, una vez determinado el promedio para cada dimensión, se determina el promedio general para percepciones del turista que fue de 3.45 el cual equivale al 69.10% del rango de porcentaje de satisfacción (0-100) de la escala de Likert lo que indica que se encuentra en un rango bueno de la calidad de servicio, según la percepción del cliente.

**TABLA:6**

**PROMEDIO DE PERCEPCIONES PARA DETERMINAR EL PORCENTAJE DE SATISFACCION.**

	<b>TANGIBILIDAD</b>	<b>FIABILIDAD</b>	<b>CAP. DE RESPUESTA</b>	<b>SEGURIDAD</b>	<b>EMPATIA</b>
<b>Promedio</b>	3.48	3.97	2.65	3.79	3.39
<b>Promedio General.</b>	3.45				
<b>Porcentaje</b>	<b>69.10% (Satisfecho)</b>				

Fuente: elaboración propia

En la tabla 7 podemos observar que la desviación estándar percibida tiene una dispersión más amplia comparada con la desviación estándar de expectativas como se ve en la tabla 5, esto nos da a entender que las percepciones tienen mayor discordancia que las expectativas.

**TABLA. 7**

**ESTADISTICAS DE PERCEPCIONES POR DIMENCIONES**

	<b>Min.</b>	<b>Max.</b>	<b>Promedio</b>	<b>desv.est.</b>
<b>Tangibilidad</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>3.48</b>	<b>0.99</b>
<b>Fiabilidad</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>3.97</b>	<b>0.9</b>
<b>Cap. De Resp.</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>2.65</b>	<b>1.2</b>
<b>Seguridad.</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>3.79</b>	<b>1.12</b>
<b>Empatía.</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>3.39</b>	<b>1.02</b>
<b>Índice General de Percepción</b>			<b>3.45</b>	<b>1.16</b>

Fuente: Elaboración propia.

#### 5.4. Índice general de la calidad de servicio.

**TABLA: 8**

**INDICE DE CALIDAD DE SERVICIO**

	Tangibilidad	Fiabilidad	Cap. De Respuesta	Seguridad	Empatía
expectativas	3.94	3.95	4.41	3.94	4.28
percepciones	3.48	3.97	2.65	3.79	3.39
promedio general	-0.46	0.02	-1.76	-0.15	-0.89
ICS	-0.65				

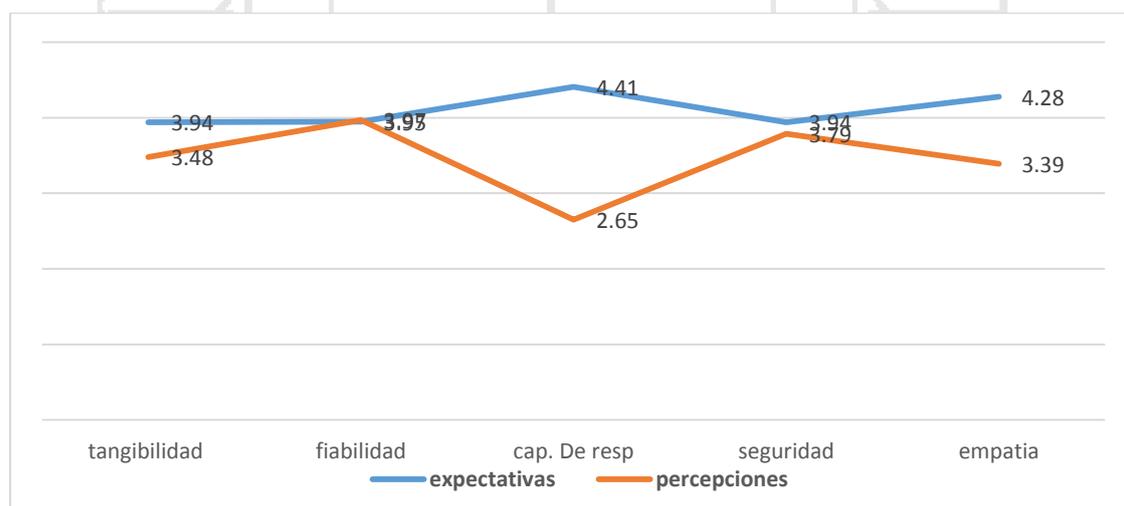
Fuente: elaboración propia.

El índice general de calidad de servicio(ICS) se obtuvo mediante la diferencia entre percepciones menos expectativas, para lograr este resultado primeramente se aplicó por dimensiones en la tabla 8 vemos que si ordenamos de mayor a menor quedaría de este modo el 0.02 es la diferencia de fiabilidad seguido de -0.15 que corresponde a seguridad, seguidamente tenemos una diferencia de -0.46 que corresponde a tangibilidad a continuación tenemos la diferencia de -0.89 para empatía finalmente tenemos la diferencia de -1.76 para capacidad de respuesta, una vez que se obtuvo la diferencia para cada dimensión se determina el índice general de calidad de servicios que es -0.65, con respecto a la interpretación del índice de calidad de servicio se hace con base en que si es un numero negativo indica que las expectativas son mayores que las percepciones, si el número es positivo indica que las percepciones están por arriba de las expectativas, lo que significa que la institución si está cumpliendo con lo que el usuario quiere, y si la diferencia es cero, se dice que se alcanzó la calidad de servicio, en nuestro caso podemos observar que el índice de fiabilidad es el único positivo y los cuatro índices restantes son negativos resultando un índice general negativo lo

que indica que la percepción del cliente está por debajo de las expectativas, por lo tanto los usuarios reciben menos de lo que esperaban, pero también según el índice de calidad de servicio SERVQUAL, mientras más el numero negativo se acerque al cero mayor será la calidad de servicio.

**5.5. Dimensión del servicio con mayor brecha en las expectativas y percepciones del turista en el Puesto de Control Migratorio Fronterizo de KASANI.**

**FIGURA:2**  
**BRECHAS DE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES PARA LAS 5 DIMENCIONES.**



Fuente: elaboración propia

Para poder determinar los valores de las brechas entre la calidad esperada y la percibida para cada una de las dimensiones se realizó un análisis en el cual se calcularon los promedios de cada dimensión con su respectiva desviación estándar, en la figura 2 se puede mostrar las brechas que existen en cada dimensión y determinar cuál de ellas tiene mayor brecha entre expectativas y percepciones de los turistas, al analizar la figura podemos observar que la dimensión que supera la expectativa con una brecha positiva mínima de 0.02 es fiabilidad por cuanto a la mayoría de los turistas encuestados se muestran totalmente de acuerdo con el servicio en esta dimensión lo que quiere decir que el puesto de control cumplió con las

normas y reglamentos y los funcionarios fueron íntegros en el servicio que se brinda en el puesto de control fronterizo de Kasan, con respecto a las demás dimensiones la más corta en comparación a las demás dimensiones fue seguridad con una brecha de -0.15 lo cual nos da a conocer que casualmente esta dimensión está muy relacionada a fiabilidad cabe aclarar que seguridad es muy subjetivo que varían de persona a persona y existen aspectos que pueden influir positiva y negativamente de acuerdo a la experiencia de viaje del turista.

La siguiente más cercana a cero es tangibilidad con una brecha de -0.46 esta dimensión está relacionada con la presentación de las instalaciones y personal y es la que tiene menor importancia en la valoración del turista, por ultimo tenemos las dos dimensiones que se alejan más de cero que como ya mencionamos sería lo ideal para alcanzar calidad de servicio, la primera es empatía con una brecha de -0.89 y capacidad de respuesta con -1.76 y esto se debe a dos razones la primera es que los puntajes de importancia asignados fueron realmente altos para esta dimensión y la segunda es que así como la importancia fue alta, el momento de verdad fue realmente bajo ya que los turistas le dan mucha importancia al tiempo de atención y a la rapidez con que se resuelven sus dificultades y lo que se da a entender es que las largas colas que se forma para registrar el ingreso y salida de turistas ocasiona el resultado de esta dimensión el cual está muy alejado de calidad de servicio.

## **5.6. Comparación de expectativas y percepciones por dimensiones.**

### ***Tangibilidad.***

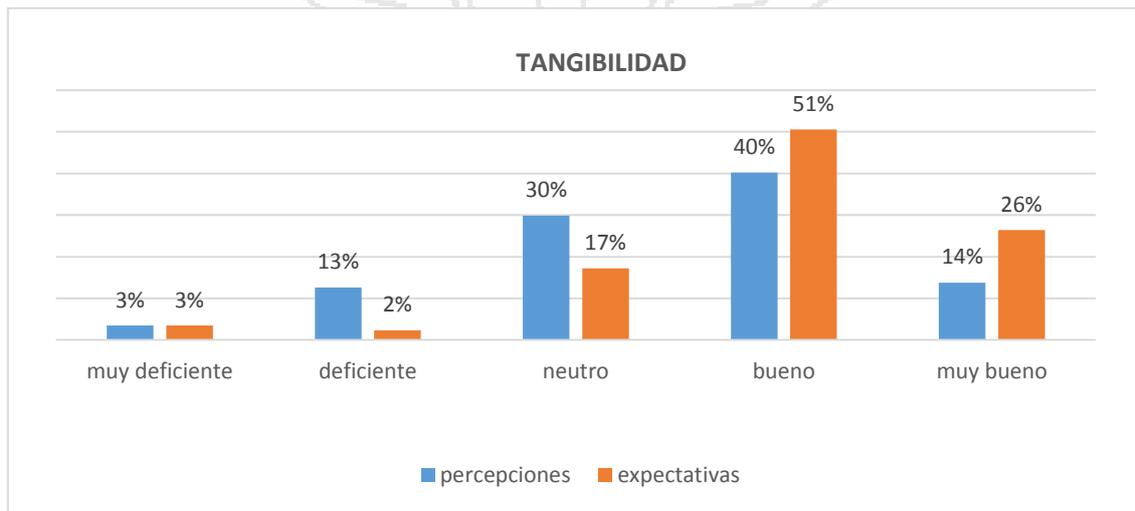
La dimensión tangibilidad es fundamental pues es una de las variables más utilizadas para evaluar la calidad de servicio ya que son los aspectos físicos que se pueden observar y apreciar, por tal motivo es imprescindible la presentación de personal y espacios agradables limpios y confortables.

Al comparar expectativas con las percepciones de los turistas en esta primera dimensión en la figura 3 podemos observar que para un 3% de turistas las expectativas de

tangibilidad es muy deficiente lo cual fue confirmado por el mismo porcentaje de turistas que consideran que el servicio en tangibilidad fue muy deficiente, alcanzando una brecha nula lo que quiere decir que a pesar de ser un resultado positivo se refiere a un ítem que califica a la dimensión como muy deficiente.

**FIGURA: 3**

**COMPARACION DE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES PARA TANGIBILIDAD**



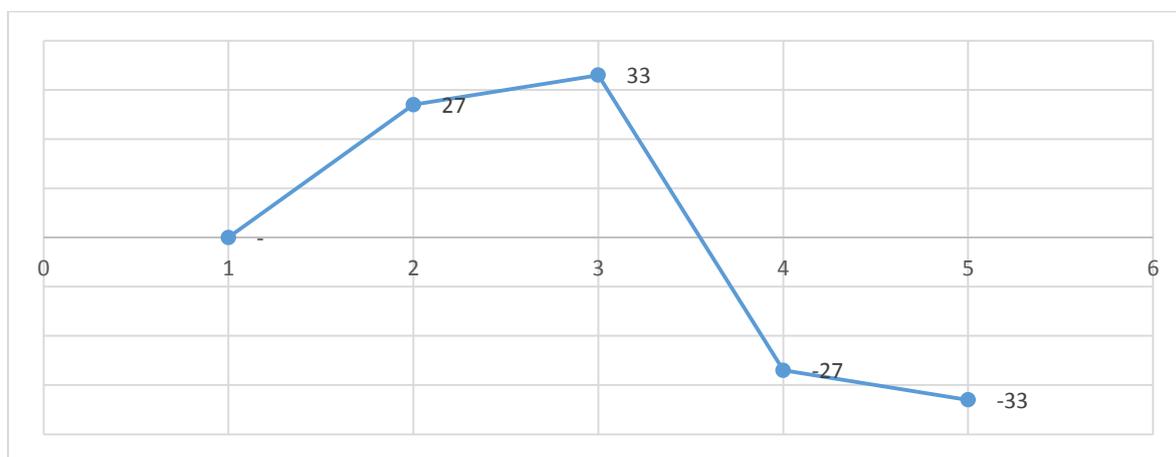
Fuente: elaboración propia

El 2% de turistas tiene una expectativa deficiente para tangibilidad el cual fue superada por un 13% de turistas que tiene una percepción deficiente alcanzando una brecha positiva de 27 y esto confirma que la dimensión fue deficiente lo que nos da a entender que aún hay dificultades en la apariencia del personal y las instalaciones del puesto de control para hacerlo más acorde de las necesidades del turista;

El 17% de turistas tiene una expectativa ni deficiente ni buena para tangibilidad el mismo que alcanzo 30% de percepción de turistas que considera como neutro o regular, lo que muestra una brecha positiva de 33 esto quiere decir que los resultados superaron a lo esperado y alcanzaron un servicio regular y son estos resultados los que nos llevan a una reflexión para mejorar el servicio en el puesto de control y alcanzar el siguiente nivel de servicio y trabajar en las dificultades que presenta la infraestructura y la apariencia de materiales y del personal.

**FIGURA:4**

**BRECHA EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES PARA TANGIBILIDAD**



Fuente: elaboración propia

El 51% de turistas tiene una expectativa de bueno para esta dimensión sin embargo solamente el 36% de turistas percibe que esta dimensión es bueno entonces la brecha fue negativa quiere decir por debajo de cero de -27, el constante cambio y la modernización son factores fundamentales para mejorar los resultados en esta dimensión ya que a pesar de la preparación y el esfuerzo que ponga el personal, los equipos en mal estado son un aspecto importante ya que también requieren de un espacio adecuado para desarrollar las actividades, por tal motivo se recomienda a la institución dar un mejor mantenimiento de los equipos de trabajo.

El 26% de turistas tuvo una expectativa de que esta dimensión sea muy bueno y solamente un 14% de turistas percibe que tangibilidad tuvo un servicio muy bueno alcanzando una brecha negativa de -33 esto indica que la satisfacción total del turista en esta dimensión es mínima aunque alcanzar la satisfacción máxima es lo ideal, consideramos que el puesto de control fronterizo no está lejos de poder lograrlo es por ello que recomendamos equipar con aparatos más modernos para que el turista pueda realizar una rutina sencilla y placentera y facilitar la actividad del funcionario.

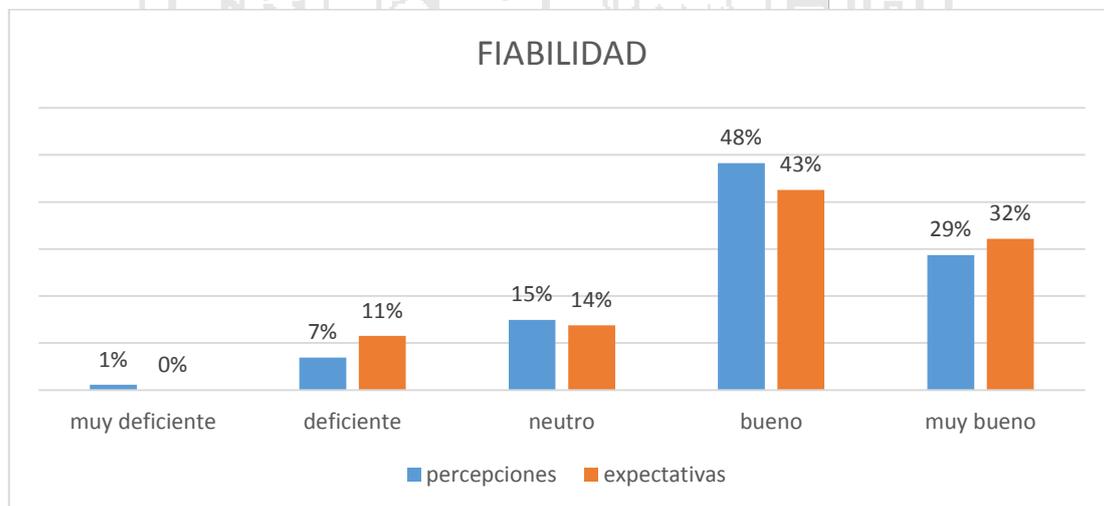
### a. Fiabilidad.

En cuanto a la dimensión de fiabilidad a la mayoría de turistas le importa que el servicio sea adecuado, cumpliendo las normas y reglamentos y que los funcionarios insistan en no cometer errores, las personas por lo general son desconfiadas y es por esto que las expectativas fueron muy altas.

En la figura 5 podemos observar que el 0% del total de turistas tiene expectativa de que la dimensión fiabilidad sea muy deficiente sin embargo un mínimo del 1% de turistas percibe que es muy deficiente, tuvo una brecha positiva de 1 que indica que la diferencia es mínima y esto nos muestra que el turista no acepta que el servicio en esta dimensión pueda tener dificultades es por ello que ni lo considera en sus expectativas y espera el servicio prometido de forma precisa.

**FIGURA: 5**

#### COMPARACION DE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES PARA FIABILIDAD



Fuente: elaboración propia

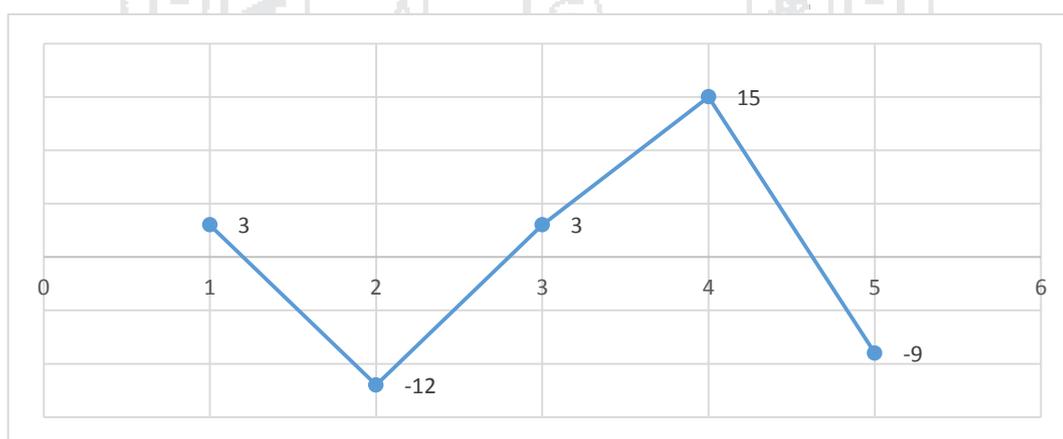
El 11% de turistas tuvo una expectativa de servicio deficiente en fiabilidad, pero el 7% de turistas percibe que el servicio es deficiente, en este caso alcanzó una brecha negativa de -12 lo que nos da a entender que la expectativa superó a la percepción de que el servicio es deficiente con esta diferencia tan significativa podemos observar que los turistas tienen

expectativas altas pero la institución debe estar preparada para responder a la demanda y debería enfocarse en realizar el servicio bien a la primera.

El 14% de turistas tiene una expectativa de que el servicio en fiabilidad sea ni deficiente ni bueno pero el 15% de turistas percibe que el servicio es regular, esto nos permite mencionar que en esta dimensión es que se hallaron resultados positivos ya que en el ítem donde se menciona que el servicio en la dimensión fiabilidad es regular tuvimos una brecha positiva de 3 lo que da a entender que las expectativas fueron superadas positivamente por las percepciones aunque la calificación de un servicio regular no es nuestro objetivo es un resultado favorable a la institución.

**FIGURA:6**

**BRECHA DE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES PARA FIABILIDAD**



Fuente: elaboración propia.

El 43% de turistas tiene una expectativa de que el servicio en fiabilidad sea bueno este fue superado por el 48% de turistas que perciben que el servicio es bueno en la dimensión de fiabilidad, al comparar expectativas con percepción en esta variable vemos como las percepciones superan las expectativas alcanzando una brecha positiva de 15 con lo cual podemos decir que la mayoría de turistas percibe que el servicio en esta dimensión es bueno y el servicio que se brinda está exento de irregularidades con un personal dispuesto a resolver

dificultades en el menor tiempo posible y esto lo confirma el grado de satisfacción que muestra el turista en las encuestas que está por encima de regular respecto a los demás valores.

El 32% de turistas tuvieron una expectativa de que el servicio sea muy bueno pero solamente el 29% de turistas percibe que el servicio en la dimensión fiabilidad es muy bueno, claramente podemos observar que las expectativas de los turistas fueron muy elevadas por motivo de que en este aspecto tiene mucho que ver el escepticismo, recelo o desconfianza que el turista puede sentir es por esta razón que alcanzamos una brecha negativa de -9 con esto podemos decir que a pesar de ser la dimensión que supera la calidad un 1 punto por encima de cero, la institución aún tiene reto de superar ciertas dificultades y lograr la calificación de muy bueno en mayor porcentaje y cumplir con lo ofrecido de acuerdo a las exigencias del turista.

#### **b. Capacidad de respuesta.**

La capacidad de respuesta implica la prontitud y la habilidad que tienen los funcionarios para resolver las dificultades y cuestionamientos de los turistas, la expectativa fue la más alta comparada con las otras dimensiones.

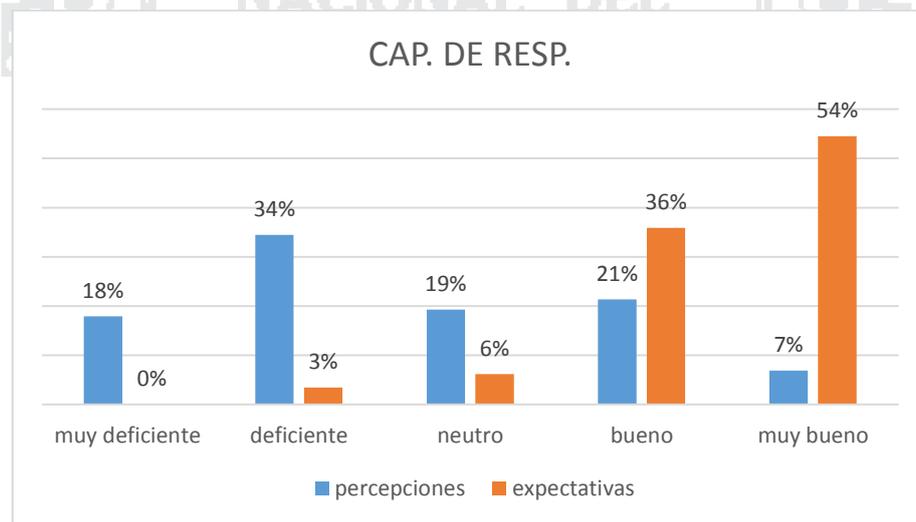
En la figura 7 podemos observar que el 0% del total de turistas considera que el servicio va ser muy deficiente el que fue superada altamente por un 18% de turistas que perciben que la capacidad de respuesta del puesto de control fronterizo es muy deficiente, el servicio rápido y ágil es lo que más valora el turista, en ítem podemos observar que la brecha es muy amplia que alcanza a 78 y nos da a entender que las expectativas fueron superadas por las percepciones de turistas que consideran que el servicio en esta dimensión es muy deficiente.

El 3% tuvo una expectativa de que la capacidad de respuesta sea deficiente y el 34% de turistas percibe que esta dimensión es deficiente podemos observar que para este ítem la expectativa es casi nula ya que el total de turistas encuestados tuvo expectativa de un buen

servicio en esta dimensión, debemos destacar que las expectativas fueron superadas ampliamente cuya brecha fue de 135 puntos alejado de lo que se puede considerar un servicio de calidad, estos resultados nos muestran que se debe prestar especial atención a esta dimensión ya que la coordinación eficaz es un punto muy importante para el turista mostrando una seria deficiencia en esta área, lo que llevo a calificarla como deficiente en capacidad de respuesta.

**FIGURA: 7**

**COMPARACION DE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES PARA CAP. DE RESPUESTA.**



Fuente: elaboración propia

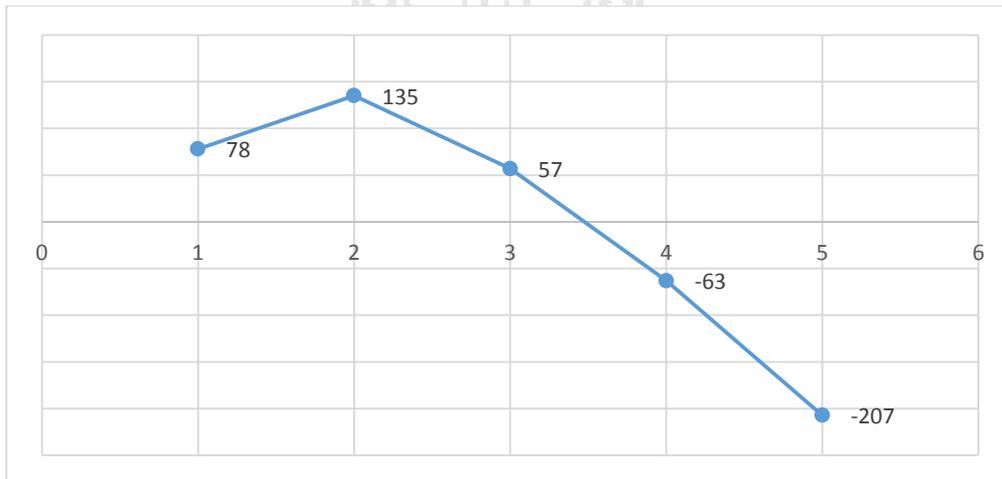
El 6% tubo la expectativa de que la capacidad de respuesta sea ni bueno ni malo alcanzando una percepción de 19% de turistas que consideran que es regular, una vez más las expectativas para todas las dimensiones como ni buenos ni malos son bajas por lo tanto la percepción en la mayoría de casos supera a la expectativa calificando como regular con una brecha de 57 puntos la más cercana en esta dimensión.

El 36% de turistas tuvieron expectativa de que el servicio sea bueno y solamente el 21% de turistas percibe que el servicio es bueno, la percepción para esta dimensión fue superada

ampliamente por las expectativas alcanzando una brecha de -63 por debajo de calidad, ello podría explicarse por la falta de políticas de gestión institucional con lo cual se podría prestar un servicio más rápido y ágil permitiendo una mejor evaluación de resultados.

**FIGURA: 8**

**BRECHA DE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES PARA CAP. DE RESPUESTA**



Fuente: elaboración propia.

El 54% de turistas encuestados tuvieron expectativa de que la capacidad de respuesta en el puesto de control era muy bueno y el 7% percibió que el servicio fue muy bueno, claramente podemos observar que es esta la dimensión con mayor dificultad e insatisfacción en el turista, alcanzando una brecha de -207 es un punto alarmante que nos muestra que los turistas se fijan en esta variable con mayor interés que en las demás dimensiones por lo cual es importante y urgente establecer mecanismos que ayuden a destacar cuales son las necesidades reales del turista para mejorar el servicio y elevar el índice de satisfacción ya que si mejoramos el tiempo de atención y la agilidad en el servicio se genera una percepción satisfactoria y se sentirán a gusto con la institución elevando la imagen del turismo en general.

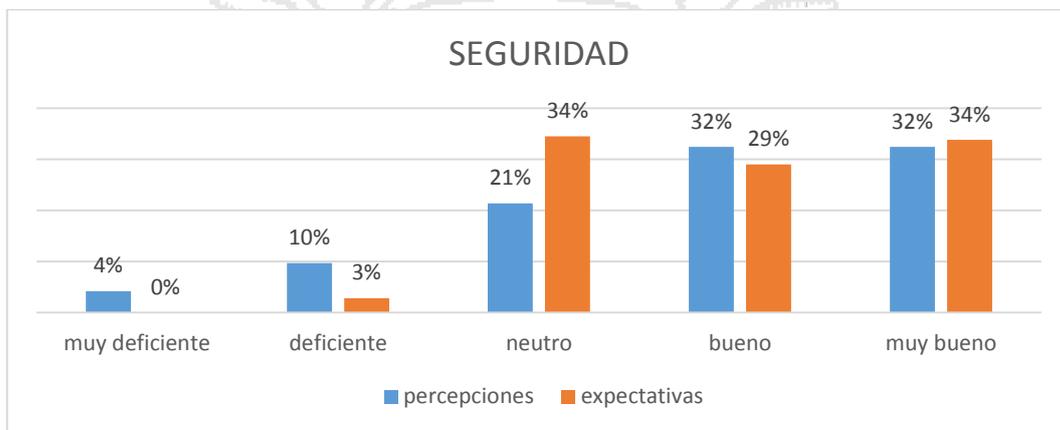
**c. Seguridad.**

Con respecto a la dimensión de seguridad se pudo recabar que la mayoría de turistas tiene altas expectativas, el sentimiento de seguridad es muy cambiante puede variar de persona a

persona muy fácil mente sin embargo la cantidad de incidentes negativos en este puesto de control es mínimo y el conocimiento del personal hace que el turista mejore la percepción de calidad de servicio en la dimensión de seguridad esta dimensión es una de las que tiene menor brecha ya que a pesar de su resultado negativo podemos decir que es la segunda dimensión más cercana a cero.

**FIGURA: 9**

**COMPARACION DE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES PARA SEGURIDAD**



Fuente: elaboración propia

En la figura 9 la expectativa de que el servicio vaya ser muy deficiente es 0% pero una vez más la percepción supera este porcentaje en 4% que percibe esta dimensión como muy deficiente, aun cuando las expectativas de que el servicio sea muy deficiente haya sido nulo tuvimos turistas que percibieron el servicio como muy deficiente esto fue en un mínimo porcentaje alcanzando una brecha positiva de 18 esto indica que hay aspectos que pueden influir en el sentir del turista que hace que este no confíe en la integridad del personal.

El 3% de turistas tiene expectativa de que el servicio será deficiente en el Puesto de Control Migratorio Fronterizo de KASANI, el cual fue superado por un 10% que percibe un servicio deficiente en esta dimensión, alcanzando una brecha de 30 puntos los que claramente nos muestran que hay situaciones que aún no se controlan a la hora de prestar el servicio como el

comportamiento del personal aun no transmite confianza y esto hace que el turista se sienta vulnerable e inseguro.

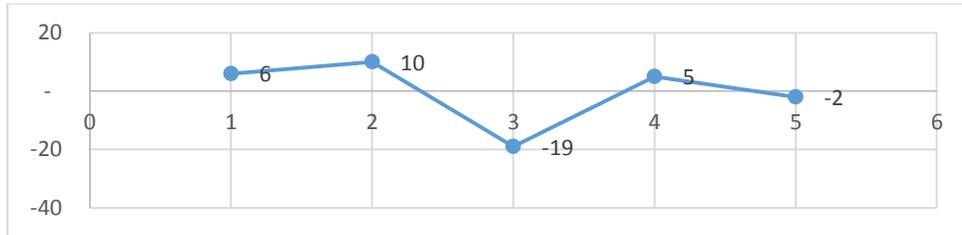
El 34% de turistas tuvo expectativa de que el servicio seria regular es decir ni bueno ni malo y solamente el 21% percibe que el servicio fue regular, cuya brecha fue de -57 que nos da a entender que en relación a la calidad de servicio en esta dimensión no se pudo superar la expectativa de que el servicio fuera regular, el conocimiento y la atención son fundamentales para mejorar y alcanzar el nivel de calidad de servicio esperado.

El 29% de turistas tuvo expectativa de que el servicio en seguridad sea bueno el cual fue superado positivamente alcanzando el 32% de turistas que perciben y califican como bueno, alcanzando una brecha positiva de 15 que nos permite interpretar que el servicio en seguridad fue bueno, el apoyo y la confianza que el personal muestra hace que el turista se sienta satisfecho con el servicio la combinación adecuado de estos dos aspectos hace que los niveles de satisfacción suban significativamente y debemos poner especial atención en esto.

El 34% de turistas tuvieron expectativa de que el servicio sea muy bueno, pero solamente el 32% de turistas percibe el servicio en seguridad como muy bueno en este caso tuvimos una brecha negativa de -6, estos resultados reflejan que aún no podemos alcanzar la calidad de servicio que califique como muy bueno en su mayoría se mostraron a favor de un buen desempeño de los empleados pero tenemos un ligero desacuerdo con un porcentaje de turistas, pero ese es el reto del Puesto de Control Migratorio Fronterizo de KASANI alcanzar una calificación de muy bueno en esta dimensión mejorando el conocimiento de los funcionarios y la habilidad de inspirar credibilidad y confianza.

#### **FIGURA:10**

#### **BRECHA DE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES PARA SEGURIDAD**



Fuente: elaboración propia.

**d. Empatía.**

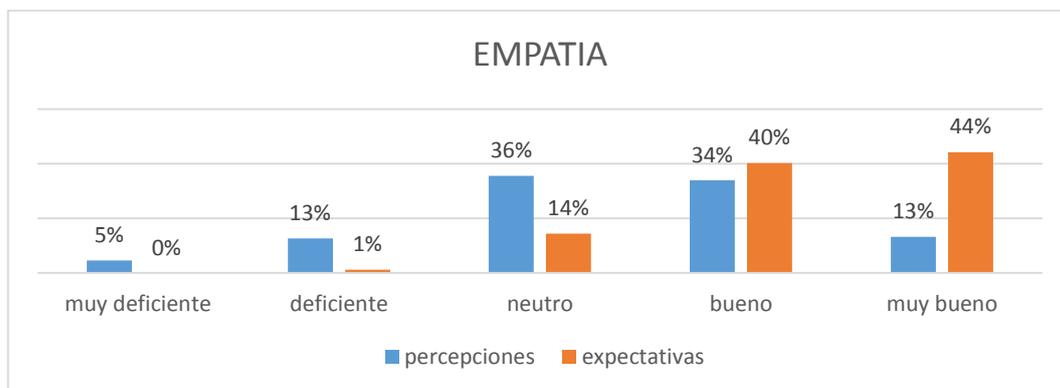
Esta dimensión califica la conexión solida entre dos personas es fundamental para comprender las necesidades de otros es una habilidad que los funcionarios deben poseer para comprender el deseo de los turistas.

En la figura 11 podemos observar que el 0% de turistas tiene expectativa de que el servicio vaya ser muy deficiente sin embargo el 5% de los encuestados consideran que el servicio es muy deficiente cuya brecha fue de 24 puntos por encima de cero lo que quiere decir que se debe trabajar en mejorar la atención al cliente.

El 19% de turistas tiene expectativa de que el servicio en el puesto de control es deficiente el cual fue superada negativamente por 13% de encuestados que perciben que el servicio es deficiente alcanzando una brecha de 60 que muestra claramente la insatisfacción del turista con esta dimensión.

**FIGURA:11**

**COMPARACION DE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES PARA EMPATIA.**



Fuente: elaboración propia

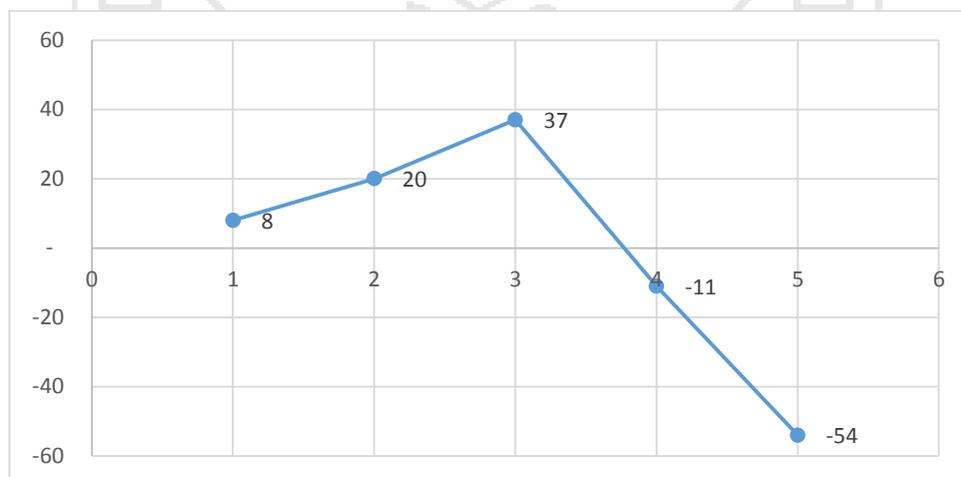
El 14% de encuestados tiene expectativa de que el servicio es regular el cual fue superado por 36% que afirma que el servicio en el puesto de control es ni bueno ni malo cuya brecha fue 111 lo que nos muestra a los turistas moderadamente de acuerdo con esta dimensión.

El 40% tiene expectativa de que el servicio sea bueno en empatía sin embargo no se pudo superar este porcentaje ya que solamente el 34% de turistas perciben que el servicio es bueno resultando una brecha de -33, en esta dimensión podemos observar que los usuarios muestran altas expectativas los cuales no pueden ser superados y existe baja percepción del servicio con respecto a los horarios del servicio y la cantidad suficiente del número de personal.

El 44% de turistas encuestados muestran alto porcentaje de expectativas de los cuales solamente el 13% manifiesta el servicio en esta dimensión como muy bueno y es esta una de las dimensiones con mayor brecha de -162 junto a capacidad de respuesta en los cuales debemos prestar especial atención, los funcionarios deben analizar las necesidades específicas de sus usuarios y la institución debe implementar el número adecuado de personal en las horas de mayor tráfico de turistas en el Puesto de Control Migratorio Fronterizo de KASANI.

**FIGURA: 12**

**BRECHA DE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DE EMPATIA**



Fuente : elaboracion propia.

### **5.6. Servicio que se brinda el Puesto de Control Migratorio Fronterizo de KASANI.**

Las fronteras se caracterizan por la alta movilidad humana ya sea por turismo, trabajo, comercio o vínculos familiares, estos espacios geográficos requieren de la presencia del estado para convertirse en focos de desarrollo e integración es por ello que necesitan ser promovido de manera conjunta y coordinada.

#### **Que es el control migratorio.**

Este término hace referencia a la capacidad del estado de verificar, vigilar, supervisar o autorizar la entrada, permanencia y salida de nacionales y extranjeros de acuerdo a reglas de funcionamiento, organización y coordinación de todos los funcionarios y el estado.

#### **Tareas claves asociadas al control migratorio en el PCF KASANI.**

- inspección de la valides del documento de viaje, visa o documento de identidad asegurando que no esté vencido o alterado o sea falsificado.
- Verificar la identidad de la persona que se presenta para inspección, quien debe ser la misma persona que presenta el documento de viaje y la visa.
- Verificar de la no existencia de modificaciones que motivaron el otorgamiento de la visa sobre la voluntad del estado de otorgar dicha documentación.
- Admisión o denegación del ingreso en la frontera.
- Atención y tramite a solicitudes de visas en la frontera.
- Remisión a la autoridad competente de los casos que involucran a personas que han presentado solicitudes de protección.
- Remoción (expulsión, deportación u otra medida) de aquellas personas a quienes se les niega la admisión.
- Recolección de datos sobre movimiento de personas a través del punto fronterizo.
- Recolección de información sobre movimientos irregulares y tráfico ilícito de migrantes y trata de personas.

### **5.7. Los atributos de la calidad de servicio con mayor fuerza regresora que nos ayuda a predecir y mejorar la calidad de servicio en el puesto de control fronterizo KASANI**

Utilizando la técnica de regresión lineal múltiple podemos determinar que la correlación entre el conjunto de variables predictoras (tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía) y la variable dependiente (calidad de servicio) es 0,845 por lo que el 0.715 se explica por las variables predictores lo que quiere decir que el 71.5% de la variabilidad de la calidad de servicio se explica por las variables predictores o en nuestro caso por las dimensiones, el coeficiente R cuadrado cuyo principal propósito es el futuro resultado, nos dice que el porcentaje de la variabilidad de calidad puede ser explicado por las dimensiones (seguridad, fiabilidad, capacidad de respuesta, fiabilidad y tangibilidad) ya que obtuvimos un R cuadrado alto podemos entender que la fuerza regresora es mayor. Por otro lado los atributos de calidad de servicio con mayor influencia en la determinación de la calidad de servicio según la información proporcionada en la tabla 8, lo cual refleja el grado en que cada atributo o variable influye en el comportamiento de la percepción de la calidad de servicio entonces decimos que si mejoramos en 1% en una dimensión los grados de mejora serán en el siguiente orden en la dimensión de seguridad (0.442) y el atributo de empatía (0.245) son las que influyen en mayor medida en la determinación de la calidad de servicio, por su parte los atributos de capacidad de respuesta (0.112) y fiabilidad (0.108) tienen una influencia media en la determinación de la calidad de servicio, por último el atributo de tangibilidad (0.021) presenta un nivel bajo de influencia en el modelo.

#### **Obtención de coeficientes explicativos.**

La herramienta SPSS nos permitió hacer el análisis de regresión lineal múltiple con el fin de explicar la medida en que cada uno de las cinco dimensiones se relaciona, del mismo modo este instrumento explica la calidad de servicio obtenida el cual fue percibida por los turistas en el Puesto de Control Migratorio Fronterizo de KASANI, por otro lado el modelo de

regresión lineal considera como variable dependiente a la calidad de servicio actualmente percibido y como variable independiente la evaluación de cada dimensiones de la calidad de tal manera que por cada pasajero se tuvo 5 datos que corresponden al promedio de sus respuestas por cada atributo, y una adicional hallando el promedio de la nota de satisfacción global asignada por los turistas.

**TABLA: 9**

**RESUMEN DEL MODELO DE REGRESION.**

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
1	,845 <sup>a</sup>	,715	,697	,34149

a. Variables predictoras: (Constante), E, T, S, CR, F

Fuente: elaboración propia

En la tabla 9. se pueden observar los resultados que resumen el modelo donde se indica el coeficiente de correlación múltiple 0,845 y el valor de R cuadrado de 0.715, cuyo valor representa la medida en que el modelo explica el comportamiento de la variable independiente.

**TABLA: 10**

**COEFICIENTE NO ESTANDARIZADO POR DIMENSIONES**

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	t	Sig.
		B	Error típ.	Beta		
		1	(Constante)	,066		
	T	,021	,047	,030	,441	,660
	F	,108	,065	,130	1,658	,101
	CR	,112	,068	,113	1,658	,101
	S	,442	,057	,543	7,787	,000

E

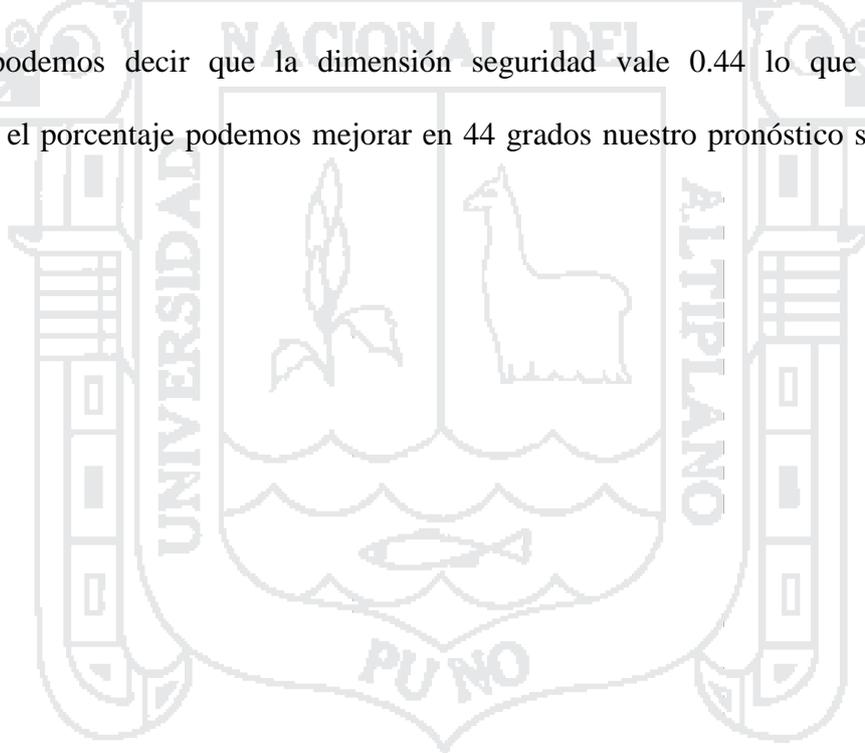
a. Variable dependiente: P

Fuente: elaboración propia

Del mismo modo podemos observar en la tabla 10 los coeficientes estandarizados, esto indica los valores con que cada atributo afecta a la ecuación lineal de la satisfacción global según la información proporcionada, la ecuación que representa la regresión de tangibilidad (T), fiabilidad (F), capacidad de respuesta (CR), seguridad (S), empatía (E) sobre la percepción general de la calidad (PGC) es:

$$PGC = 0.066 + T 0.021 + F 0.108 + CR 0.112 + S 0.442 + E 0.245 + e.$$

Entonces podemos decir que la dimensión seguridad vale 0.44 lo que indica que si conocemos el porcentaje podemos mejorar en 44 grados nuestro pronóstico sobre la calidad de servicio



## VI. CONCLUSIONES.

Primero, el índice de calidad de servicio en el puesto de control fronterizo KASANI Yunguyo – Puno es satisfactorio alcanzando un promedio de  $-0.65$ , sabiendo que mientras más cercano a cero, hay mayor calidad de servicio y de acuerdo a la ponderación de la escala de Likert este promedio equivale a  $69.10\%$  de una ponderación de muy satisfactorio que equivale a  $100\%$  como ponderación más alta, con lo cual podemos decir que tenemos un resultado muy favorable para alcanzar la calidad de servicio esperado.

Segundo, Concluimos que la dimensión del servicio con mayor brecha es capacidad de respuesta el cual se ubica por debajo de la media, ya que la expectativa para esta dimensión fue muy alta y es por ello la gran diferencia entre lo esperado y lo realmente recibido lo que quiere decir que el turista no está satisfecho en lo que corresponde a esta dimensión y es esta la dimensión con más urgencia de correcciones otra de las dimensiones que se aleja más de cero es empatía, sin embargo se analizaron las dimensiones referidas a fiabilidad y seguridad los cuales presentan un performance muy bueno hasta se alcanzó un gap positivo y este dio un aporte positivo a la valoración final, el tiempo de atención y agilidad influye de manera directa en la percepción del turista entonces la congestión de turistas en horas determinadas es uno de los puntos débiles más considerados a la hora del servicio y esto está afectando el buen nivel servicio.

Tercero, Se concluye que se debe trabajar en la dimensión de seguridad debido a la alta fuerza regresora que esta obtuvo lo que quiere decir que en el Puesto de Control Fronterizo de KASANI específicamente en el personal la habilidad para transmitir confianza al turista es el atributo con mayor influencia en la obtención de la calidad.

## VII. RECOMENDACIONES.

1. La rapidez la agilidad y el interés de brindar un servicio oportuno son aspectos fundamentales para el turista es por ello la mejora en estos aspectos ayudara a superar la expectativa del turista y esto se puede lograr con convocar personal capacitado en conocimiento de las normas y un alto grado de empatía finalmente capacitación continua que mejore las dificultades que aún no se han superado.
2. El proceso de mejora continua en calidad de los servicios es primordial ya que se recomienda primero que se debe tener conciencia acerca de la importancia brindar un servicio de calidad, para luego medir cuantitativamente los niveles de calidad que percibe el turista de los cuales se debe identificar los aspectos positivos y negativos para luego potenciar los positivos y disminuir los negativos y repetir este proceso continuamente aspirando lograr siempre el mejor resultado para el Puesto de Control Migratorio Fronterizo de KASANI.
3. Se recomienda trabajar en seguridad para lograr mejoras en la calidad de servicio siendo esta dimensión la que alcanzo la mayor fuerza regresora a nivel de las cinco dimensiones, se puede mejorar el servicio implementando otras actividades que mejoren y conviertan el servicio de monótono a atractivo para el para el turista que realiza su control migratorio en el puesto de control fronterizo Kasani.
4. Finalmente es recomendable realizar otras investigaciones que permitan un mayor contraste para las investigaciones futuras en otros sectores y zonas geográficas utilizando tamaños muestrales más altos.

## BIBLIOGRAFIA

- ARAPE COPELLO (1999) Gestion de la comunicacion en la gerencia.
- BOLTON, R. DREW, J. (1991), “A Multistage Model el Customers’ Assessments of Service Quality and Value”, *Journal of Consumer Research*, 17, pp. 375-384.
- BOULLÓN, R. (1990). Planificación del espacio turístico... Segunda Edición Editorial Trillas. México.
- CARI, L., (2010) “percepciones y expectativas de calidad de servicio del área de recepción en hoteles de tres estrellas de la ciudad de puno 2010”
- CARVAJAL, E., (2013), “Exposición y motivos – Creación de la Superintendencia Nacional de Migraciones”
- CASINO, A., (2001), Medición de la calidad de servicio: una aplicación a los establecimientos de alojamiento turístico1.
- CASTILLO Morales Eduardo (2005) Marketing de los servicios.
- COBRA, M. (2000). Marketing de servicios. 2da Ed. Editorial McGraw-Hill. España.
- CONDORI, M., (2012), “*calidad de servicio de embarque lacustre, factor esencial para la satisfacción del turista. 2012*”
- CRONIN, J., TAYLOR, S., (1992), “Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension”, *Journal of Marketing*, 56, pp. 55-68.
- CROSBY, Philip (1987) Calidad sin lagrimas, CECSA.
- DARVI, M., KARNY, E., (1973), Free competition and the optinal amount offraud vol. 16.
- DEMING W. (1989) out of the crisis (salir de la crisis).
- DOMINGUEZ Collins. Humberto (2016) el servicio invisible parte de un buen servicio al cliente.
- DUQUE, E., (2005), Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición.

- ESTEBAN Idelfonso (2005) marketing de los servicios, cuarta edición.
- FARFAN Machaca Yheni (2007) la fiabilidad editorial moderna Cusco Peru.
- GARVÍN, (1988), Competir en las ocho dimensiones de la calidad. *Harvard-Deusto Business Review*, 34, 37-48.
- GONZALES Hugo (2006) manual de la calidad y los procedimientos requeridos por la norma ISO 2001
- GHOBIADIAN, SPELLER y JONES (1994), Service quality concepts and models international, *Journal of Quality and Reliability Management* vol. 11.
- GRÖNROOS, C., (1978), A Service Oriented Approach to Marketing of Services. *European Journal of Marketing*, 12(8).
- HOROVITZ, J. (1991). La calidad del servicio a la conquista del cliente. Editorial McGraw-Hill. España.
- ISHIKAWA Kaoru (1976). Guide to quality control first edition.
- JAMES, P. (1997). Gestión de la calidad total. 2 Ed. Editorial McGraw-Hill. Colombia.
- JURAN, J M., (1990), *Juran y la planificación de la calidad*. Madrid: Editorial Díaz de Santos.
- KITCHENHAM, B., & PFLEEGER, S. (1996). Software quality: the elusive target. IEEE Software.
- KOENES., (1998), Diseño del servicio, Madrid días de santos.
- KOTLER, P., (1997), *Mercadotecnia*. México: Prentice-Hall.
- LOVELOOCK, C., (1996), *Mercadotecnia de Servicios*. México: Pearson Prentice Hall.
- LÓPEZ, A., (2005), Política fronteriza, selección del acceso e inmigración irregular.
- MIGUEL, J., (2002), *Calidad del servicio en el sector turístico*. La Coruña, España: Net Biblio.

- MARTIN, P., (2003), *Bordering on Control. Combating Irregular Migration in North America and Europe*. IOM Migration.
- PROMPERÚ, (2010), "Perfil del Turista Extranjero 2010" Research Series, nº 13 Ginebra, IOM.
- Boswell, C (2003b): «The external dimensión of EU immigration and asylum policy» en *International Affairs*.
- RUIZ, (2002), *Fundamentos teóricos sobre calidad de servicio*.
- PONCE, M., ONTÓN, I. , MENDOZA C. ,(2010) *estudio de calidad de servicio en el aeropuerto de lima: expectativas y percepción del pasajero turista*.
- PALACIOS, H., (2000). *El Derecho a los Servicios Públicos Domiciliarios*. Derecho Vigente. Bogotá.
- PARASURANMAN, A., ZEITHAML, V., & BERRY, L. (1988). *A conceptual model of service quality and its implications for future research*. *Journal of Marketing*, 49 (Fall), 41-50.
- PARASURANMAN, A., ZEITHAML, V., & BERRY, L., (1988). *SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring customer satisfactions of service quality*. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- PARASURANMAN, A., BERRY, L., & ZEITHAML, V. (1991). *Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale*. *Journal of Retailing*, 67(4), 420-450.
- QUISPE, Y., PALOMINO, L., (2012), "Evaluación de la calidad de servicio en los restaurantes ubicados en la ruta Puno- Cusco orientado al segmento turístico" 2012.
- RAÚL TAFUR PORTILLA, (2008) en su libro titulado *La tesis universitaria* pagina 145.
- SENLE Andres y BRAVO Orlando (1997). *Normas ISO-9000*. Editorial Gestión 2000. España.
- SÚPERINTENDENCIA NACIONAL De MIGRACIONES, (2014) *movimiento migratorio de ingreso y salida según puesto de control*.

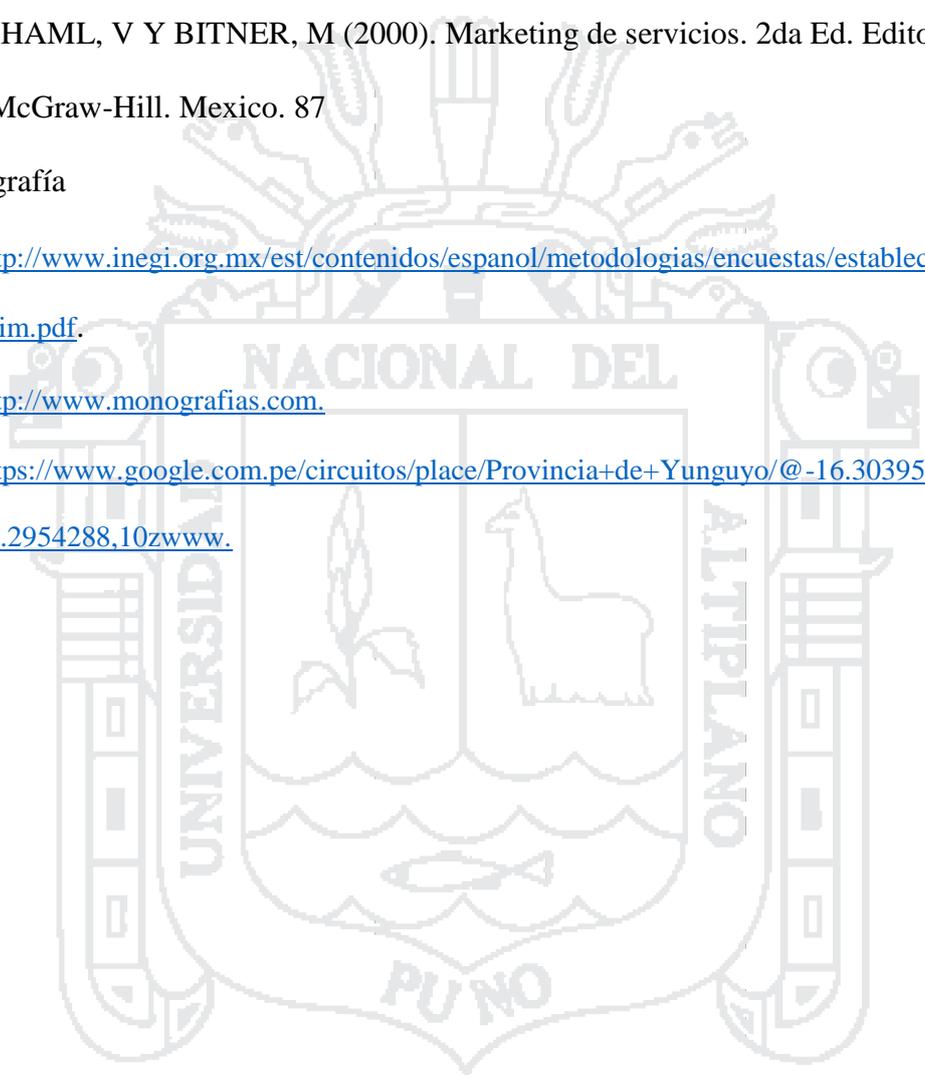
VILCA, V., (2009), *Oferta de alojamientos rurales y calidad de servicio en alojamientos rurales de Atuncolla, 2009.*

ZEITHAML, V., BITNER, M., & GREMLER, D. (2009). *Services marketing*. New York: Mc Graw Hill.

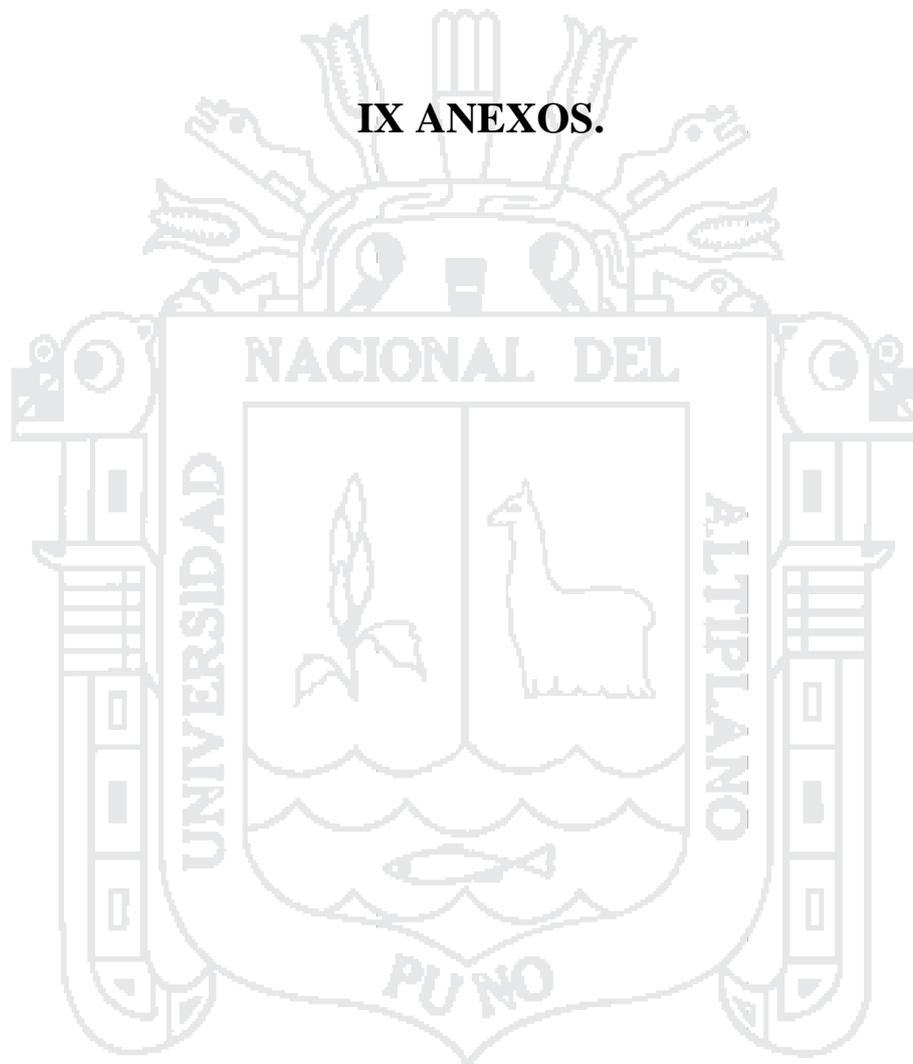
ZEITHAML, V Y BITNER, M (2000). *Marketing de servicios*. 2da Ed. Editorial McGraw-Hill. Mexico. 87

#### Web grafía

- <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/metodologias/encuestas/establecimientos/smeim.pdf>.
- <http://www.monografias.com>.
- <https://www.google.com.pe/circuitos/place/Provincia+de+Yunguyo/@-16.3039546,-69.2954288,10zwww>.



**IX ANEXOS.**



**TABLA 1**

**PONDERACION DE DATOS DE ENCUESTA**

Dimensiones de la calidad	Tangibilidad		Fiabilidad		Capacidad de Respuesta		Seguridad		Empatia	
	Percp.	Expect.	Percp.	Expect.	Percp.	Expect.	Percp.	Expect.	Percp.	Expect.
Muy deficiente.	9	9	3	0	78	0	18	0	24	0
Deficiente.	33	6	18	30	150	15	42	12	66	6
Ni deficiente ni bueno.	78	45	39	36	84	27	93	150	186	75
Bueno.	105	132	126	111	93	156	141	126	177	210
Muy bueno.	36	69	75	84	30	237	141	147	69	231
Total	261	261	261	261	435	435	435	435	522	522

FUENTE: elaboración propia.

**TABLA 2**

**PONDERACION EN PORCENTAJE DE LAS ENCUESTAS**

Dimensiones de la calidad	Tangibilidad		Fiabilidad		Capacidad de Respuesta		Seguridad		Empatia	
	Percp.	Expect.	Percp.	Expect.	Percp.	Expect.	Percp.	Expect.	Percp.	Expect.
Muy deficiente	3%	3%	1%	0%	18%	0%	4%	0%	5%	0%
Deficiente	13%	2%	7%	11%	34%	3%	10%	3%	13%	1%
Ni deficiente ni bueno	30%	17%	15%	14%	19%	6%	21%	34%	36%	14%
Bueno	40%	51%	48%	43%	21%	36%	32%	29%	34%	40%
Muy bueno	14%	26%	29%	32%	7%	54%	32%	34%	13%	44%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

FUENTE: elaboración propia.

TABLA 3

## BRECHAS PARA LAS CINCO DIMENSIONES

Escala de valores (ponderaciones)	Tangibilidad	Fiabilidad	capacidad de respuesta	seguridad	empatia
Muy deficiente	-	3	78	18	24
Deficiente	27	-12	135	30	60
Ni deficiente ni bueno	33	3	57	-57	111
Bueno	-27	15	-63	15	-33
Muy bueno	-33	-9	-207	-6	-162

FUENTE: elaboration propia



**SURVEY SHEET**

*“Quality of service from the perspective of foreing tourists in the border checkpoint*

*Yunguyo- Kasani- Puno ”*

Name: \_\_\_\_\_ Nationality \_\_\_\_\_

Male ( ) Female ( ) Age: 18-24( ) 25-34( ) 35-44( ) 45-54( ) 55 or more ( )

a. Questionnaire to determine their expectations

Here it is presented a questionnaire to determine YOUR EXPECTATIONS. To evaluate according to your knowledge and past experience in border checkpoints that you consider excellent, in which you must assign a score to what you expect excellent service.

N.	ITEM	Nothing	little important	Neutral	Important	Very
1	They should have equipment, facilities, modern appearance and well support.					
2	The checkpoint staff should look nice and neat appearance.					
3	Filling cards and forms should be visible with the proper design and readable size.					
4	The checkpoint staff should provide the service according to the appropriate rules and regulations.					

5	The service provided by the checkpoint should be adequate from the moment you arrive to its facilities.					
6	The wait time should be as short as possible for immigration control.					
7	Service time per person should be less than 3 minutes.					
8	It should be able to trust the integrity of the people who work at the checkpoint.					
9	The checkpoint staff should effectively resolve any problems or difficulties.					
10	You should be able to quickly access any information I want when filling or data logging.					
11	The speed attention should be the most important feature in the border checkpoint service.					
12	It should have dedicated staff to give specific information about the terms of service.					
13	Users should feel safe at the time of migration control.					
14	The staff should have sufficient and adequate knowledge to answer your questions and resolve it					
15	The checkpoint should be nimble and simple to perform processes.					
16	Staff at the border checkpoint should have knowledge and language skills for better communication.					
17	Staff should be trained in people management and customer service.					
18	The customer service should be personalized timely and sincere.					

19	The checkpoint should have appropriate and convenient hour hands for tourist's attention.					
20	The checkpoint staff should be sympathetic to the difficulties presented by the tourist.					
21	Staff should show interest in supporting the tourist regardless of time or circumstances.					
22	There should be an adequate number of staff working at the checkpoint.					

Fuente: Parazuraman Zetham y Berry (1985)

**b) Questionnaire to Evaluate Perceptions**

Here it is presented a questionnaire to gauge YOUR PERCEPTIONS. To evaluate according to your experience in border control Kasani, in which you must assign a score to what you expect excellent service.

N.	ITEM	Very Deficient	Deficient	Non por non	Good	Very good
1	Equipment and installations had modern appearance and well support.					
2	Staff at the checkpoint looks nice and neat appearance.					
3	Filling cards and forms were visible designs with appropriate and readable size.					
4	The checkpoint staff provided service according to the					

	<b>appropriate rules and regulations.</b>					
<b>5</b>	<b>The service provided by the checkpoint was suitable from the moment you arrived to its facilities.</b>					
<b>6</b>	<b>The wait time is as short as possible for immigration control.</b>					
<b>7</b>	<b>Service time per person was less than 3 minutes.</b>					
<b>8</b>	<b>can you rely on the integrity of people working in the checkpoint</b>					
<b>9</b>	<b>The checkpoint staff was able effectively to resolve any problems or difficulties.</b>					
<b>10</b>	<b>The Access was fast when you look for formation I that you want at the momento to filling or data logging.</b>					
<b>11</b>	<b>Speed was the most important feature in the border checkpoint service.</b>					
<b>12</b>	<b>They had specific staff to provide timely information about the terms of service.</b>					
<b>13</b>	<b>You felt safe at the time of migration control.</b>					
<b>14</b>	<b>The staff had sufficient knowledge and appropriate to answer and solve their questions.</b>					
<b>15</b>	<b>The checkpoint was agile and simple to perform processes.</b>					
<b>16</b>	<b>The staff of the border control had knowledge and language skills for better communication.</b>					
<b>17</b>	<b>The staff was trained in people management and customer service.</b>					
<b>18</b>	<b>The turist attention was personalized on timely and sincere.</b>					
<b>19</b>	<b>The checkpoint was appropriate and convenient time hands for</b>					

	tourists.					
20	The checkpoint staff is sympathetic to the difficulties presented by the tourist.					
21	Staff showed interest in supporting the tourist regardless of time or circumstances.					
22	The number of people who working was enough to provide an adequate service					

Fuente: Parazuraman Zetham y Berry (1985)

1. Which of the following is most important in service at the border checkpoint Kasani?

TANGIBILIDAD	FIABILIDAD	CAPCIDAD DE RESP.	SEGURIDAD	EMPATIA

2. Believes that this characteristic is prioritized in the border control Kasani?

SI( ) NO( )

**HOJA DE ENCUESTA**

*“Calidad de servicio desde la perspectiva del turista extranjero en el Puesto de Control*

*Fronterizo Kasani- Yunguyo- Puno”*

Nombre: \_\_\_\_\_

Nacionalidad \_\_\_\_\_

Masculino ( ) femenino ( )

Profesión \_\_\_\_\_

Edad: 18-24( ) 25-34( ) 35-44( ) 45-54( ) 55 o más ( )

a) **Cuestionario para evaluar expectativas.**

A continuación, se le presenta un cuestionario para conocer SUS EXPECTATIVAS.

Para evaluar de acuerdo a su conocimiento o experiencias pasadas en puestos de control fronterizo que usted considere excelente, en el cual usted deberá calificar sobre lo que usted espera de un excelente servicio.

N.	ITEM	Nada importante	Poco importante		Importante	Muy importante
1	Deberían tener equipos e instalaciones de aparecía moderna y bien conservados.					
2	El personal del puesto de control debería lucir agradable y de apariencia pulcra.					
3	Las tarjetas de llenado y los formularios deberían tener diseño visible con el tamaño adecuado y de fácil lectura.					
4	El personal del puesto de control debería brindar el servicio según las normas y reglamentos adecuados.					
5	El servicio que brinda el puesto de control debería ser adecuado desde el momento en que usted arriba a sus instalaciones.					
6	El tiempo de esperar debería ser lo más corto posible para realizar su control migratorio.					
7	El tiempo de atención por persona debería ser menos de 3 minutos.					

8	Debería poder confiar en la integridad de las personas que laboran en el puesto de control.					
9	El personal del puesto de control debería resolver de manera eficaz cualquier problema o dificultad.					
10	Debería poder acceder con rapidez a cualquier información que yo desee al momento del llenado o registro de datos.					
11	La rapidez debería ser la característica más importante del servicio en el puesto de control fronterizo.					
12	Debería de haber personal específico para dar información puntual acerca de las condiciones del servicio.					
13	Los usuarios deberían sentirse seguros en el momento de hacer el control migratorio.					
14	El personal debería tener el conocimiento suficiente y adecuado para contestar y resolver sus preguntas.					
15	El puesto de control debería tener procesos ágiles y simples de realizar.					
16	El personal del puesto de control fronterizo debería tener conocimientos y manejo de idiomas para una mejor comunicación.					
17	El personal debería tener capacitación en manejo de personas y atención al público.					
18	La atención al usuario debería ser personalizada puntual y sincera.					
19	El puesto de control debería tener horarios adecuados y convenientes para el turista.					
20	El personal del puesto de control debería ser comprensivo con las dificultades que presente el turista.					

21	El personal debería mostrar interés en apoyar al turista sin importar el horario o las circunstancias.					
22	Debería haber una cantidad adecuada de personal que labora en el puesto de control.					

Fuente:Parazuraman Zetham y Berry (1985)

**b) Cuestionario Para Evaluar Percepciones**

A continuación, se le presenta un cuestionario para conocer sus percepciones. Para evaluar de acuerdo a su experiencia en Puestos de Control Fronterizo de Kasani, en el cual usted deberá calificar sobre lo que usted espera de un excelente servicio.

N.	ITEM	Muy deficiente	deficiente	Ni deficiente ni bueno	Muy bueno
1	Tienen equipos e instalaciones de apariencia moderna y bien conservada.				
2	El personal del puesto de control luce agradable y de apariencia pulcra.				
3	Las tarjetas de llenado y los formularios tienen diseño visible con el tamaño adecuado y de fácil lectura.				
4	El personal del puesto de control brinda el servicio según las normas y reglamentos adecuados.				
5	El servicio que brinda el puesto de control es adecuado desde el momento en que usted arriba a sus instalaciones.				
6	El tiempo de esperar es lo más corto posible para realizar su control				

	migratorio.					
7	El tiempo de atención por persona es menos de 3 minutos.					
8	Puedo confiar en la integridad de las personas que laboran en el puesto de control.					
9	El personal del puesto de control es capaz de resolver de manera eficaz cualquier problema o dificultad.					
10	Puedo acceder con rapidez a cualquier información que yo desee al momento del llenado o registro de datos.					
11	La rapidez es la característica más importante del servicio en el puesto de control fronterizo.					
12	Tienen personal específico para dar información puntual acerca de las condiciones del servicio.					
13	Los usuarios se sienten seguros en el momento de hacer el control migratorio.					
14	El personal tiene el conocimiento suficiente y adecuado para contestar y resolver sus preguntas.					
15	El puesto de control tiene procesos ágiles y simples.					
16	El personal del puesto de control fronterizo tiene conocimientos y manejo de idiomas para una mejor comunicación.					
17	El personal tiene capacitación en manejo de personas y atención al público.					
18	La atención al usuario es personalizada puntual y sincera.					
19	El puesto de control tiene horarios adecuados y convenientes para el turista.					

20	El personal del puesto de control es comprensivo con las dificultades que presente el turista.					
21	El personal muestra interés en apoyar al turista sin importar el horario o las circunstancias.					
22	El número de personas que laboran son suficientes para brindar un servicio adecuado					

Fuente:Parazuraman Zetham y Berry (1985)

1. *¿Cuál de las siguientes características es más importante en el servicio de atención en el puesto de control fronterizo Kasani?*

TANGIBILIDAD	FIABILIDAD	CAPCIDAD DE RESP.	SEGURIDAD	EMPATIA

2. *¿Cree que esa característica es priorizada en el puesto de control fronterizo de Kasani?*

Si ( )

No ( )