

**UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA  
LA MOLINA**

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y PLANIFICACIÓN**



**“FACTORES QUE DETERMINARON LA SATISFACCIÓN DEL  
CONTRIBUYENTE EN EL CSC SANTA ANITA EN EL 2016 PARA  
PROPUESTA DE MEJORA”**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL PARA OPTAR  
TÍTULO DE INGENIERA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**FRECIA FABIOLA HINOSTROZA YAÑEZ**

**LIMA – PERÚ**

**2023**

## Document Information

Analyzed document	TSP SUNAT (1).docx (D143840360)
Submitted	2022-09-09 18:37:00
Submitted by	ELIAS FELIX HUERTA CAMONES
Submitter email	huertaelias@lamolina.edu.pe
Similarity	5%
Analysis address	huertaelias.unalm@analysis.arkund.com

## Sources included in the report

<b>SA</b>	<b>Universidad Nacional Agraria La Molina / BORRADOR DE TESIS_ VIOLETA (1).docx</b> Document BORRADOR DE TESIS_ VIOLETA (1).docx (D142197668) Submitted by: jcantaro@lamolina.edu.pe Receiver: jcantaro.unalm@analysis.arkund.com	 2
<b>SA</b>	<b>4MB TESIS - ISAURA SAENZ TARRILLO.docx</b> Document 4MB TESIS - ISAURA SAENZ TARRILLO.docx (D127730738)	 2
<b>SA</b>	<b>T2_PROYECTO DE TESIS 2_CAMILA RAFAELLA CORDOVA SAMANIEGO Y YESSANIA DURAND GARCIA.docx</b> Document T2_PROYECTO DE TESIS 2_CAMILA RAFAELLA CORDOVA SAMANIEGO Y YESSANIA DURAND GARCIA.docx (D114817982)	 5
<b>SA</b>	<b>1607726009_PROYECTO DE TITULACIÓN - CALIDAD DE SERVICIO - LEONEL GARCIA - JONNATHAN YUQUI.pdf</b> Document 1607726009_PROYECTO DE TITULACIÓN - CALIDAD DE SERVICIO - LEONEL GARCIA - JONNATHAN YUQUI.pdf (D89010949)	 5
<b>SA</b>	<b>UFA-ESPE_Titulacion_Romel_Ayala_Febrero2018.docx</b> Document UFA-ESPE_Titulacion_Romel_Ayala_Febrero2018.docx (D35891790)	 2
<b>SA</b>	<b>TIC Thalia Miranda 10 de febrero.docx</b> Document TIC Thalia Miranda 10 de febrero.docx (D128219002)	 2
<b>W</b>	URL: <a href="http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1315-99842010000100007&amp;lng=es&amp;nrm=iso&amp;tlng=esDe">http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1315-99842010000100007&amp;lng=es&amp;nrm=iso&amp;tlng=esDe</a> Fetched: 2022-09-09 18:37:00	 2
<b>SA</b>	<b>TESIS PARA ANTIPLAGIO.docx</b> Document TESIS PARA ANTIPLAGIO.docx (D132100311)	 1
<b>SA</b>	<b>Trabajo Final-AguirreProyecto de Tesis.docx</b> Document Trabajo Final-AguirreProyecto de Tesis.docx (D141716469)	 2
<b>SA</b>	<b>Avance de Tesis - Rev 08.06.2022 - Jose Huanes.docx</b> Document Avance de Tesis - Rev 08.06.2022 - Jose Huanes.docx (D139759327)	 1
<b>W</b>	URL: <a href="https://www.academia.edu/23885784/La_Satisfacci%C3%B3n_del_ClienteDiario">https://www.academia.edu/23885784/La_Satisfacci%C3%B3n_del_ClienteDiario</a> Fetched: 2022-09-09 18:37:00	 1
<b>W</b>	URL: <a href="https://gestion.pe/tendencias/management-empleo/son-principales-barreras-desafios-gestion-publica-148291-noticia/?foto=2Duque">https://gestion.pe/tendencias/management-empleo/son-principales-barreras-desafios-gestion-publica-148291-noticia/?foto=2Duque</a> , Fetched: 2022-09-09 18:37:00	 1

**UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA  
LA MOLINA  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y PLANIFICACIÓN**

**“FACTORES QUE DETERMINARON LA SATISFACCIÓN DEL  
CONTRIBUYENTE EN EL CSC SANTA ANITA EN EL 2016 PARA  
PROPUESTA DE MEJORA”**

**Presentado por:**

**FRECIA FABIOLA HINOSTROZA YAÑEZ**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL PARA OPTAR  
TITULO DE INGENIERA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**Sustentado y aprobado ante el siguiente jurado:**

.....  
Dr. Ampelio Ferrando Perea

**PRESIDENTE**

.....  
Dr. Elías Félix Huerta Camones

**ASESOR**

.....  
MBA. Carlos Alberto Guerrero López

**MIEMBRO**

.....  
Dr. Pedro Ricardo Quiroz Quezada

**MIEMBRO**

Lima – Perú

2023

## **DEDICATORIA**

*Mi Trabajo de suficiencia profesional se la dedico a Dios, por la fortaleza que me ha brindado cuando lo he necesitado, a mi familia y en especial a mi amada mi nonis que desde el cielo está celebrando conmigo.*

## **AGRADECIMIENTO**

*Mi especial agradecimiento a mi casa de estudios UNALM formarme como profesional con alto sentido de la ética y conocimiento. También agradezco a mi familia ya que con el apoyo de cada uno pude culminar este paso.*

# ÍNDICE GENERAL

<b>I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Problemática.....	1
1.2. Objetivos .....	2
1.2.1. Objetivo general.....	2
1.2.2. Objetivos específicos .....	2
<b>II. REVISIÓN DE LITERATURA.....</b>	<b>3</b>
2.1. Antecedentes .....	3
2.1.1. Antecedentes nacionales .....	3
2.1.2. Antecedentes internacionales.....	6
2.2. Marco Teórico .....	8
2.2.1. Servicio .....	8
2.2.2. Las expectativas.....	10
2.2.3. Calidad.....	10
2.2.4. Calidad de Servicio.....	11
2.2.5. Satisfacción del Cliente .....	18
2.2.6. Calidad y Satisfacción en los Servicios Públicos .....	20
2.2.7. Norma Técnica para la Gestión de Calidad del Servicio Público.....	21
<b>III. DESARROLLO DEL TRABAJO .....</b>	<b>25</b>
3.1. Delimitación temporal y de ámbito geográfico .....	25
3.2. Naturaleza del trabajo.....	25
3.2.1. Tipo de investigación.....	25
3.2.2. Diseño de la investigación .....	26
3.2.3. Población y muestra.....	26
3.2.4. Variable.....	27
3.2.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	27
3.2.6. Análisis y procesamiento de datos.....	29
3.3. Contribución en la solución de situaciones problemáticas presentados durante su estancia en la empresa.....	29
3.4. Análisis de su contribución con las competencias y habilidades adquiridas en la formación profesional.....	29
3.5. Beneficio obtenido por el centro laboral por parte de la contribución de la	

profesional .....	30
<b>IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....</b>	<b>32</b>
4.1. Resultados .....	32
4.1.1. Factores más relevantes de la satisfacción del contribuyente.....	32
4.1.2. Variable principal: Satisfacción del contribuyente.....	33
4.1.3. Factores de la satisfacción del contribuyente .....	34
4.1.4. Correlaciones entre factores .....	55
4.1.5. Propuesta de mejora.....	56
4.2. Discusiones.....	60
<b>V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>63</b>
5.1. Conclusiones .....	63
5.1.1. Conclusión general .....	63
5.1.2. Conclusiones específicas .....	63
5.2. Recomendaciones.....	63
<b>VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>65</b>
<b>VII. ANEXOS.....</b>	<b>70</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Modelos de calidad de servicio .....	12
Tabla 2 Dimensiones de la calidad del servicio modelo SERVQUAL .....	15
Tabla 3 Grado de fiabilidad conforme al alfa de Cronbach .....	28
Tabla 4 Relación entre funciones desempeñadas y campos temáticos de la carrera.....	31
Tabla 5 Conocimientos adicionales adquiridos .....	31
Tabla 6 Porcentaje de las categorías de nivel bajo para todos los factores .....	32
Tabla 7 Porcentaje de las categorías de nivel medio para todos los factores .....	32
Tabla 8 Nivel de satisfacción del contribuyente.....	33
Tabla 9 Nivel de capacidad de respuesta.....	34
Tabla 10 Nivel de rapidez de atención del funcionario .....	35
Tabla 11 ¿Cómo consideras el tiempo que esperas en cola hasta ser atendido por un funcionario?.....	35
Tabla 12 Nivel en que considera que hay suficiente personal para la atención de los usuarios.....	36
Tabla 13 ¿Cómo califica los horarios de atención que tiene SUNAT?.....	37
Tabla 14 Nivel de confiabilidad .....	38
Tabla 15 Nivel de amabilidad de los funcionarios .....	39
Tabla 16 Nivel en el que considera que el personal está adecuadamente presentable .....	39
Tabla 17 Nivel en el que considera que los funcionarios le transmiten confianza.....	40
Tabla 18 Nivel de servicio que le brindó el funcionario .....	41
Tabla 19 Nivel en el que la sección “Orientación al contribuyente” comprende mis necesidades específicas.....	41
Tabla 20 Nivel de resolución de los funcionarios a mis preguntas planteadas .....	42
Tabla 21 Nivel de seguridad.....	43
Tabla 22 Nivel de conocimiento que tiene el funcionario para responder a sus preguntas.....	44
Tabla 23 Nivel del interés del funcionario en cuanto a la orientación de la resolución de sus problemas.....	45
Tabla 24 Nivel en el que consideró que los funcionarios están capacitados y actualizados en atención al público .....	46
Tabla 25 Nivel de empatía.....	47

Tabla 26 Nivel en el que la información brindada por el funcionario se adapta a sus necesidades .....	48
Tabla 27 Nivel en el que el funcionario le da todas las indicaciones necesarias para evitar posteriores problemas.....	49
Tabla 28 Nivel en el que los funcionarios dan respuestas efectivas a sus problemas y necesidades .....	50
Tabla 29 Calificación de los elementos tangibles .....	51
Tabla 30 Nivel en el que califica las instalaciones de SUNAT.....	52
Tabla 31 Nivel en el que califica la modernidad de los equipos de SUNAT .....	53
Tabla 32 Nivel en el que califica la información de los elementos materiales de SUNAT.....	54
Tabla 33 Correlaciones entre los factores y satisfacción del contribuyente y porcentaje de contribuyentes insatisfechos .....	55
Tabla 34 Correlaciones entre los pares de factores determinantes de la satisfacción laboral .....	56
Tabla 35 Proceso de atención anterior y posterior .....	57
Tabla 36 Probabilidades de los niveles de satisfacción del contribuyente .....	59

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Modelo SERVQUAL.....	16
Figura 2 Nivel de satisfacción del contribuyente .....	33
Figura 3 Nivel de capacidad de respuesta .....	34
Figura 4 Nivel de rapidez de atención del funcionario.....	35
Figura 5 ¿Cómo consideras el tiempo que esperas en cola hasta ser atendido por un funcionario?.....	36
Figura 6 Nivel en que considera que hay suficiente personal para la atención de los usuarios.....	37
Figura 7 ¿Cómo califica los horarios de atención que tiene SUNAT?.....	37
Figura 8 Nivel de confiabilidad.....	38
Figura 9 Nivel de amabilidad de los funcionarios.....	39
Figura 10 Nivel en el que considera que el personal está adecuadamente presentable.....	40
Figura 11 Nivel en el que considera que los funcionarios le transmiten confianza .....	40
Figura 12 Nivel de servicio que le brindó el funcionario .....	41
Figura 13 Nivel en el que la sección “Orientación al contribuyente” comprende mis necesidades específicas.....	42
Figura 14 Nivel de resolución de los funcionarios a mis preguntas planteadas .....	43
Figura 15 Nivel de seguridad.....	44
Figura 16 Nivel de conocimiento que tiene el funcionario para responder a sus preguntas.....	45
Figura 17 Nivel del interés del funcionario en cuanto a la orientación de la resolución de sus problemas.....	46
Figura 18 Nivel en el que consideró que los funcionarios están capacitados y actualizados en atención al público .....	47
Figura 19 Nivel de empatía .....	48
Figura 20 Nivel en el que la información brindada por el funcionario se adapta a sus necesidades .....	49
Figura 21 Nivel en el que el funcionario le da todas las indicaciones necesarias para evitar posteriores problemas.....	50
Figura 22 Nivel en el que los funcionarios dan respuestas efectivas a sus problemas y necesidades .....	51

Figura 23 Calificación de los elementos tangibles .....	52
Figura 24 Nivel en el que califica las instalaciones de SUNAT .....	53
Figura 25 Nivel en el que califica la modernidad de los equipos de SUNAT.....	54
Figura 26 Nivel en el que califica la información de los elementos materiales de SUNAT.....	55

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Cuestionario .....	71
Anexo 2. Resultados de confiabilidad para cada pregunta.....	72
Anexo 3. Certificados de validez de instrumento.....	73

## RESUMEN

El presente trabajo tiene por objetivo principal identificar los factores que determinaron la satisfacción del contribuyente en el Centro de Servicio al Contribuyente Santa Anita (CSC Santa Anita) en el año 2016. Ello se realizó en base a un diagnóstico específico de las dimensiones (denominados factores): capacidad de respuesta, elementos tangibles, empatía, seguridad y confiabilidad. Para ello se estructuró una investigación de tipo descriptiva, de diseño no experimental, transversal y correlacional. La población estuvo conformada por 500 contribuyentes del CSC Santa Anita, y se trabajó con una muestra de 60 personas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 19 preguntas. El cuestionario cuenta con validación por expertos y una confiabilidad de 0,917 en el alfa de Cronbach. Los datos se analizaron a través los softwares Excel y SPSS a través de un análisis descriptivo y correlacional. Los resultados evidenciaron que el 42 por ciento de los encuestados tiene un nivel de satisfacción al ser atendidos en un nivel intermedio y que los factores que más determinaron su satisfacción fueron la capacidad de respuesta, confiabilidad y seguridad. En base a dichos resultados se planteó en la propuesta de mejora, rediseñar el procedimiento de atención, educar al contribuyente, educar al personal de atención y monitorear periódicamente la satisfacción del contribuyente a través de un algoritmo matemático que calcula las probabilidades de satisfacción.

**Palabras clave:** Contribuyente, funcionario, satisfacción, percepción, expectativa.

## **ABSTRACT**

The main objective of this paper is to identify the factors that determined taxpayer satisfaction at the Santa Anita Taxpayer Service Center (CSC Santa Anita) in 2016. This was done based on a specific diagnosis of the dimensions (called factors): responsiveness, tangible elements, empathy, security and reliability. To this end, a descriptive research was structured, with a non-experimental, cross-sectional and correlational design. The population was made up of 500 taxpayers from the CSC Santa Anita, and a sample of 60 people was worked on, to whom a 19-question questionnaire was applied. The questionnaire has validation by experts and a reliability of 0.917 in Cronbach's alpha. The data was analyzed through the Excel and SPSS software through a descriptive and correlational analysis. The results showed that 42 percent of the respondents have a level of satisfaction when receiving care at an intermediate level and that the factors that most determined their satisfaction were responsiveness, reliability and security. Based on these results, it was proposed in the improvement proposal, to redesign the service procedure, educate the taxpayer, educate the service staff and periodically monitor the taxpayer's satisfaction through a mathematical algorithm that calculates the probabilities of satisfaction.

**Keywords:** Taxpayer, official, satisfaction, perception, expectation.

# I. INTRODUCCIÓN

## 1.1. Problemática

La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) es el organismo administrador de los tributos del gobierno nacional. Además, esta institución se encarga de atender las demandas de información, orientación, tramitación y asistencia necesarias para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias. Por lo tanto, como cualquier otra empresa, debe satisfacer todas las necesidades y expectativas del contribuyente.

A su vez, a lo largo de nuestra historia, las entidades públicas son objeto de quejas y disconformidad por parte de los ciudadanos, ya que son organismos con un sistema burocrático, lento e ineficiente (García et al., 2017). De acuerdo con estudios realizados por Ipsos, como se citó en Diario Gestión (2016), las tres principales limitaciones que enfrenta el Estado para realizar una adecuada gestión pública son las siguientes. Primero, se presenta un excesivo proceso burocrático 44 por ciento. Segundo, la falta de coordinación intersectorial 42 por ciento. Finalmente, el personal que presta el servicio es ineficiente y poco capacitado 29 por ciento.

Durante el 2016, el Centro de Servicios Santa Anita - SUNAT reportó un promedio de siete quejas de usuarios por mes. Esta problemática suscitó el interés por conocer los factores que influyen en los reclamos presentados. Asimismo, determinar el nivel de satisfacción de los contribuyentes con el servicio que reciben.

Por ende, el presente trabajo tiene como propósito identificar los factores que determinaron la satisfacción del contribuyente en el CSC Santa Anita en el 2016 y presentar una propuesta de mejora. Cabe señalar que el análisis realizado permitió definir los puntos claves del desarrollo de la propuesta de mejora con el fin de disminuir las quejas y aumentar la satisfacción del contribuyente. Asimismo, se contribuya a mejorar la imagen de la SUNAT.

En la primera etapa está determinada por la revisión de literatura, la cual permitió tomar énfasis y decisiones sobre la propuesta de mejora planteada. En la segunda etapa se precisó la delimitación temporal y de ámbito geográfico, la naturaleza del trabajo y la metodología aplicada. Además, se expuso la intervención del profesional que suscribe, en la implementación del instrumento de investigación para la recolección de información y el desarrollo de la recolección de la información junto con su análisis posterior. En la tercera etapa se desarrolló el alcance de la información recolectada y con ella se determinarán los factores a mejorar para el nivel de satisfacción del contribuyente en el CSC Santa Anita. Finalmente se exponen las conclusiones y recomendaciones con respecto al trabajo realizado, la bibliografía utilizada como referencia para la aplicación de metodologías y conceptos claves, así como información adicional del trabajo en la parte de anexos.

## **1.2. Objetivos**

### **1.2.1. Objetivo general**

Identificar los factores que determinaron la satisfacción del contribuyente en el CSC Santa Anita en el 2016 para propuesta de mejora.

### **1.2.2. Objetivos específicos**

- Diagnosticar o determinar la situación actual de satisfacción de los contribuyentes y los factores que generan deficiencia en su atención.
- Diseñar un plan de mejora para la atención al contribuyente en el CSC Santa Anita.

## **II. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **2.1. Antecedentes**

#### **2.1.1. Antecedentes nacionales**

Trujillo (2022) en su investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la calidad esperada y percibida de la empresa Serpost aplicando el Modelo ServQual. La muestra estuvo conformada por 175 usuarios de Lima Metropolitana que habían utilizado el servicio de la empresa por lo menos una vez. Además, se llevó a cabo un muestreo probabilístico aleatorio simple, dividido en cinco zonas: Lima Norte, Lima Centro, Lima Sur, Lima Este y Callao. Los resultados señalan que la principal diferencia se da en la dimensión capacidad de respuesta con una diferencia negativa de -2.0785 y la menor corresponde a la dimensión tangible con una diferencia negativa de -1.3658. Se concluyó que existe una relación negativa significativa entre la calidad esperada y la percibida. Esto significa que los servicios de la empresa no satisfacen las expectativas de sus clientes, con una diferencia negativa de -1,6572 siendo las expectativas con un valor de 4,7569 superiores a las percepciones con un valor de 3,0997. Por último, se realizó una propuesta de mejora que aporta soluciones a los problemas encontrados con la aplicación del Modelo ServQual.

Valdera (2020) en su investigación tuvo como objetivo determinar el nivel de satisfacción de los usuarios de una municipalidad de la provincia de Ferreñafe en el año 2019. La muestra estuvo conformada por 87 usuarios que se encuentran registrados en la base de datos del sistema. Se concluye que el 51,7% de los usuarios considera con un nivel de satisfacción "MEDIO", lo que significa que la organización no garantiza ninguna eficacia y no cumple con las expectativas del usuario. Además, los factores condicionantes que generan la insatisfacción de los usuarios son el tiempo de respuesta a los problemas de los usuarios, la información proporcionada sobre el cálculo de los impuestos sobre la propiedad y la inversión de los recursos recaudados.

Phang (2020) en su investigación buscó determinar la calidad global del servicio, por área de atención según dimensiones y nivel de educación, percibida por los contribuyentes de una institución pública del departamento de Lambayeque, durante octubre de 2019 a enero de 2020, con el fin de implementar estrategias para optimizar el servicio. La muestra estuvo conformada por 220 personas. Se aplicó una encuesta estructurada en base a una escala Likert y se usó como base al modelo Servqual. Los resultados evidenciaron que el contribuyente quedó satisfecho en con el área de trámites, e insatisfecho en las áreas de cabinas y orientación. Asimismo, en cuanto a sus dimensiones, los contribuyentes en su gran mayoría consideraron que hay poca fiabilidad, pero buenos elementos tangibles, capacidad de respuesta, empatía y seguridad.

Benavente (2019) en su investigación cuyo objetivo fue estudiar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en el Centro de Atención al Contribuyente de la SUNAT en la ciudad de Puno en el 2018. Se tomó como una población de 105 usuarios del cual se extrajo 83 personas para la muestra, y se usaron las técnicas de aplicación de encuestas, entrevista y análisis documental. Así, el estudio concluye que la satisfacción de los usuarios se da siempre y cuando la calidad de servicio sea alta.

Aguilar et al. (2019) en su investigación realiza una propuesta para mejorar la información y gestión del Procedimiento Contencioso Tributario (PCT) de la SUNAT a través de las TIC, se planteó mejorar los accesos y la disponibilidad de la información del expediente del PCT para los contribuyentes y colaboradores del mismo organismo, permitiendo al mismo tiempo que los ciudadanos tengan una mayor trazabilidad para conocer los diferentes estados de su expediente y los involucrados en cada etapa. Además, se propuso automatizar la verificación de los requisitos de admisión de los recursos y reclamaciones, para reducir el tiempo de validación y transferir esta función a los contribuyentes.

Estrella (2018) en su investigación tuvo como objetivo evaluar la calidad del servicio para determinar el nivel de satisfacción del contribuyente en el centro de servicios de la SUNAT - Ate- 2016. La población de estudio estuvo conformada por 500 contribuyentes. Para conocer el índice de calidad del servicio (ICS) y en sus dimensiones se utilizó el instrumento SERVQUAL. Los resultados evidenciaron que el ICS global es de -0,81 indicando que existe insatisfacción en el servicio prestado la mencionada sede, asimismo el ICS en el factor

elementos tangibles es de 0,02 encontrando satisfacción en el servicio prestado, en el factor confiabilidad el ICS es de -1,13 indicando insatisfacción con el servicio al igual que en las dimensiones capacidad de respuesta (-1,13), seguridad (-0,90) y empatía con (-0,71).

Verde et al. (2018) realizó una investigación para determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del contribuyente en el módulo de atención al usuario de la municipalidad distrital de Salaverry en el año 2017. La población en estudio estuvo conformada por 3597 personas que visitaban el módulo de atención al usuario en los últimos 3 años, del cual se obtuvo una muestra aleatoria de 373 personas. Según los resultados, se evidenció que hay una relación significativa y directa entre la satisfacción del contribuyente y la calidad del servicio con ( $\rho=.794$ ;  $p=.000$ ).

Vizcardo (2017) en su trabajo de investigación determinó la calidad del servicio que brinda el Centro de Servicio al Contribuyente de Nicolás de Piérola, centro perteneciente a la entidad pública Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria – SUNAT. La muestra estuvo conformada por 120 contribuyentes. Además, se utilizó una encuesta con la aplicación de la escala Likert, utilizando el modelo SERVQUAL, para medir la satisfacción de los usuarios atendidos. Los resultados evidenciaron que la calidad del servicio prestado es baja (-0,93 por ciento) con una diferencia de 3,74 por ciento en las expectativas y 4,67 por ciento en las percepciones. Por lo tanto, se concluyó que los usuarios encuestados están insatisfechos.

Torres y Cartolin (2018) en su trabajo de investigación tuvieron como objetivo determinar la relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción de los contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Huancayo - 2016, con el propósito de proponer una propuesta de mejora para la variable calidad del servicio, la cual incide en los resultados de satisfacción de los contribuyentes. La muestra de la investigación estuvo conformada por 381 contribuyentes que fueron seleccionados a través de un muestreo aleatorio simple. Para ello se empleó un cuestionario basado en la técnica SERVQUAL. Se concluyó existe una alta relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los contribuyentes.

Bendezú (2016) en su investigación analizó la calidad del servicio y la satisfacción de los

usuarios de la SUNAT de Huánuco, teniendo como muestra a 100 usuarios. La investigación concluye la calidad del servicio en dicha sede es de nivel regular. Finalmente se confirmó la hipótesis al determinar que influye la calidad del servicio influye en la satisfacción del usuario. Por su parte Suárez (2015) realizó una investigación cuyo objetivo fue medir el nivel de calidad del servicio a través del modelo SERVQUAL. La muestra estuvo conformada por 374 alumnos. Se utilizó herramientas estadísticas y la aplicación de un cuestionario para medir la percepción de los usuarios respecto a la atención por el CIUNAC. Se obtuvo un promedio ponderado de 3.39 respecto a la tabla de expectativas y percepciones, evidenciando que existe un nivel medio de satisfacción respecto a la calidad del servicio ofrecido por dicha institución.

Urbina (2014) realizó una investigación cuyo objetivo es determinar la influencia de la calidad del servicio que brindan los funcionarios de la sección orientación al contribuyente sobre el grado de satisfacción de los usuarios de SUNAT – Trujillo 2013. La muestra estuvo compuesta por 390 usuarios. En ese sentido, se concluyó que el 51 por ciento de los contribuyentes calificaron a la calidad del servicio en un nivel malo, y el 43 por ciento lo calificó como regular. Asimismo, el 76,92 por ciento manifestó que recibió un servicio insatisfactorio, lo cual se traduce en un servicio ineficiente. Por último, se encontró que la variable calidad del servicio y la satisfacción del contribuyente tiene asociación significativa.

### **2.1.2. Antecedentes internacionales**

Méndez (2019) realizó una investigación para determinar la incidencia de la calidad del servicio en la satisfacción de los usuarios externos que realizan trámites en el Servicio de Rentas Internas de la ciudad de Guayaquil. Para ello se utilizó la metodología Servperf, mediante encuestas dirigidas a los contribuyentes que realizan todo tipo de trámites en dicha institución. Se concluyó que existe una alta correlación positiva entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. Además, factores como el tiempo de espera, la publicidad y el personal capacitado fueron calificados como deficientes.

Robalino (2018) en su investigación tuvo el propósito de desarrollar un modelo SERVQUAL, para brindar un servicio eficiente, eficaz y efectivo, en los procesos, tiempos de atención, tiempos de espera y trato con el funcionario. La muestra de estudio estuvo conformada por 383 contribuyentes de la agencia sur del Servicio de Rentas Internas de la

ciudad de Quito. Además, utilizando el método SERVQUAL, se determinó que existen deficiencias en la atención al contribuyente, relacionadas con la calidad de los procesos, tiempos de calidad del servicio, por lo que se propuso la implementación de un sistema de gestión de procesos, donde se pueda tener un control más detallado en los mismos que se realice de acuerdo con los indicadores de desempeño de cada proceso.

Melendez (2018) en su investigación identificó los factores que influyen en la satisfacción de los usuarios en el Servicio de Rentas Internas de la Agencia Babahoyo. Esta institución tiene una asistencia diaria de alrededor de 100 personas, las cuales fueron encuestadas. Se concluyó que los factores que influyen directamente son la falta de capacitación, ya que las personas que trabajan dentro de la entidad no tienen los conocimientos necesarios para resolver los inconvenientes de los usuarios. Además, la ausencia y falta de personal en la institución es otro de los factores que generó una acumulación de trabajo y puestos desatendidos. Por ello, se recomendó trabajar en la mejora continua, enfocándose siempre en las necesidades de los usuarios, por lo que se recomienda capacitar periódicamente a los empleados de cada área de la institución.

Muñoz (2010), en su tesis Motivación, satisfacción laboral, liderazgo y su relación con la calidad del servicio en un hospital de Cuba, se evaluaron los esfuerzos para mejorar la calidad en el campo de la salud con enfoque en los conocimientos, habilidades del personal médico y paramédico, relacionados con la prestación de los servicios. La investigación tiene por objetivo saber la calidad percibida del servicio hospitalario y su relación con aspectos socio-psicológicos (motivación, satisfacción laboral, liderazgo) en el hospital mencionado. Se determinó el diagnóstico de cada variable y la relación existente entre ellas a partir del empleo de diferentes métodos-técnicas de recogida y análisis de la información (cuestionario, observación, diagrama causaefecto, entre otras), además de la estadística descriptiva (mediana, percentil) y no paramétrica (correlación de Spearman, Kruskal Wallis). Como conclusión, se logró evidenciar una calidad de servicio satisfactorio y que existe relación entre cada aspecto socio-psicológico con la calidad de servicio.

Beltrán (2008) en su investigación tuvo por objetivo evaluar la calidad del servicio para determinar el nivel de satisfacción de los clientes en las áreas de Catastro e Ingresos del Municipio de Cajeme. Para llevar a cabo la investigación se utilizaron una serie de

cuestionarios basados en la herramienta SERVQUAL con el fin de determinar el nivel de satisfacción con la calidad del servicio prestado a sus clientes. Como resultado se obtuvo un Índice de Calidad del Servicio (ICS) de -1.19 en el área de Catastro y -1.69 en el área de Ingresos, lo cual denota que los clientes de ambas áreas se encuentran cerca de estar satisfechos. Por lo tanto, se recomendó a la organización la aplicación continua de la herramienta (cuestionario SERVQUAL) para controlar y monitorear las áreas, a fin de prevenir la existencia de problemas en función de la calidad y mejorar los servicios prestados.

## **2.2. Marco Teórico**

### **2.2.1. Servicio**

Se pueden encontrar varias definiciones para este término, pero García (2006) señala que es conveniente considerar tres criterios de definición: el servicio como producto de la empresa, como valor añadido y como el servicio al cliente. Por su parte, Aguilar-Morales y Vargas-Mendoza (2010) plantean que el servicio es un proceso que generalmente implica el acto de compra, por lo que se trata de bienes intangibles que son consumidos en el momento de su producción. Por otro lado, Duque (2005) indica que el servicio al cliente representa la formación y gestión de una relación de satisfacción mutua de expectativas entre el cliente y la organización. Además, esto se consigue a través de la retroalimentación durante todo el proceso de servicio. Por ello, el servicio de la organización se considera la mejor manera de generar una relación adecuada y mejorar la experiencia del cliente, de la que depende la supervivencia y el éxito de la empresa. (Montoya y Boyero, 2013).

Los servicios se caracterizan por lo siguiente:

#### **a. La intangibilidad:**

La principal característica que distingue a los servicios de los productos es la intangibilidad (Lara, 2002). Los servicios son principalmente acciones, satisfacciones, beneficios y experiencias; no pueden percibirse con los sentidos (Begazo, 2006). Duque (2005) señala que los servicios en sí no son objetos, sino resultados. Además, el consumidor no podría asegurarse de la calidad de un servicio

ni recibir evidencia de calidad uniforme antes de comprarlo; un servicio no es como un bien.

Por tanto, debido a su carácter intangible Begazo (2006) señala lo siguiente:

- En la fase de pre-compra el riesgo es mayor debido a las expectativas del comprador.
- El servicio no tiene atributos como los productos que permitan al usuario identificarlo y diferenciarlo como el tamaño, el color, la calidad de los materiales, el diseño, etc. de los productos. Por lo tanto, resulta más difícil dar a conocer un servicio y diferenciarlo.
- A comparación del precio de un producto, el precio de un servicio es más difícil de justificar porque tiene menos características palpables.

**b. La heterogeneidad:**

Debido a que cada unidad de servicio es de alguna manera diferente a las demás, el proceso de estandarización de los servicios es complejo y se considera imposible (Begazo, 2006). Para superar esta condición, Bagazo señala que la industrialización del servicio a través de la tecnología reduce la participación del factor humano. Por otro lado, Thompson (2006) sostiene que los proveedores de servicios, para generar mayor confiabilidad, pueden estandarizar sus procesos de servicio y capacitar continuamente a su personal.

**c. La inseparabilidad:**

Begazo (2006) señala que el servicio es un proceso completo, por lo que ninguna parte del mismo es independiente, ya que se consume a medida que se realiza. Diferente de los bienes que se consumen después de haber hecho efectiva la venta. Esto significa que tanto la persona de contacto de la empresa de servicios como el cliente afectan al resultado. Por lo tanto, esto afecta considerablemente a la calidad y su evaluación es más difícil en comparación con los bienes (Duque, 2005).

### **2.2.2. Las expectativas**

Según Millones (2010), existen 2 tipos de expectativas. La primera es la expectativa básica, esta se encarga de cubrir lo esencial que intenta solucionar el usuario. La segunda es la diferenciada, es aquella que brinda un valor adicional y especial a los clientes de forma individual. Al momento de presentar dichas expectativas, se debe manejar los parámetros en los que se establecerán; puesto que, si son bajas, no se podrá captar nuevos clientes y si son muy altas, se correrá el riesgo de provocar una fuerte decepción en nuestro público consumidor.

Cabe resaltar que la disminución de la satisfacción del cliente no siempre significa una disminución en la calidad de los productos o servicios; dado que a veces, es el resultado de un aumento en las expectativas del cliente, por lo que es mejor monitorear las "expectativas" de los clientes para determinar si estas coinciden con lo que el cliente promedio espera, si están dentro de lo que la empresa puede proporcionar y si están a la par, por debajo o encima de las expectativas que genera la competencia.

### **2.2.3. Calidad**

Según Escobar y Mosquera (2013) la calidad es definida por Ishikawa “como el valor percibido por el cliente con respecto a las características técnicas, el costo y la funcionalidad del producto o servicio recibido” (p. 210). Para Flórez et al. (2014), la calidad implica dos elementos esenciales que permiten su verificación. Por un lado, el resultado obtenido en el proceso. Por otro, los estándares o determinados requisitos previamente establecidos. Sin embargo, Parasuraman et al. (1985) definen la calidad como el juicio del usuario sobre lo bueno que puede ser un producto y está relacionada con su satisfacción, que determinará en función de sus expectativas y percepciones.

Cabe señalar que existen numerosas definiciones de calidad. No obstante, de un modo u otro, siempre destaca el hecho de que la calidad está en función de la percepción, la satisfacción de las necesidades y los requisitos del consumidor o usuario. (Verde et al., 2018)

#### **2.2.4. Calidad de Servicio**

Churchill y Surprenant (1982), como se citó en Verde et al. (2018) señalan que la calidad del servicio está relacionada con el concepto de percepción y expectativa del consumidor o usuario. Además, da lugar a una evaluación continua, ya que la calidad del servicio percibida resulta de evaluar la experiencia de un cliente frente a las expectativas que tenía en el momento de realizar su compra. Asimismo, Benavente (2019) considera que el servicio de calidad se da a partir de la satisfacción de los requerimientos, necesidades y expectativas del usuario, esto significa que trasciende a un simple cumplimiento.

##### **2.2.4.1. Dimensiones**

El término calidad de servicio manifestado en la satisfacción del contribuyente para el caso de la presente investigación, es muy complejo y es objeto de debate entre diversos autores. Además, existen varios modelos para medir o valorar la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, cada uno con sus propias dimensiones (Vergara et al., 2012). Según Caicay (2017), los elementos del servicio que el cliente percibe se manifiestan en las dimensiones. La Tabla 1 muestra los modelos de calidad de servicio más reconocidos.

**Tabla 1***Modelos de calidad de servicio*

<b>Autor</b>	<b>Modelo</b>	<b>Método usado</b>	<b>Escala de medida</b>
Gronroos (1984)	Calidad técnica y funcional	Análisis estadístico básico	Calidad técnica, calidad funcional e imagen corporativa
Parasuraman et al. (1985)	Modelo de brechas o gaps	Factor de eje principal seguido de rotación oblicua	Elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía
Haywood & Farmer (1988)	Modelo de atributos de calidad de servicio	No reportado	Instalaciones y procesos físicos, comportamiento y cordialidad de las personas, y juicio profesional
Brogowicz et al. (1990)	Modelo sintetizado de calidad de servicio	No reportado	Calidad técnica y funcional que define tareas de planificación, implementación y control
Cronin & Taylor	Modelo de rendimiento	Factor de eje principal seguido de rotación oblicua en LISREL	SERVQUAL solo con ítems de percepción (SERVPERF)
Mattsson (1992)	Modelo ideal de valor	Correlación de momentos de Pearson, intravesa por pares y prueba de la mediana entre muestras, y prueba de chi-cuadrado.	18 ítems de valor y 9 ítems de satisfacción del cliente
Teas (1993)	Modelo de calidad normada y rendimiento evaluado	Evaluación cualitativa, correlación y prueba t	Conjunto limitado de elementos SERVQUAL (2 ítems para cada una de 5 dimensiones)
Dabholkar et al. (1996)	Modelo de atributos y afecto total	Análisis factorial confirmatorio y modelado de ecuaciones estructurales usando LISREL VII.	3 elementos que miden la calidad del servicio esperado, específicamente de la situación de pedido
Spreng & Mackoy (1996)	Modelo de calidad percibida y satisfacción	Análisis factorial confirmatorio y modelado de ecuaciones estructurales usando LISREL VII.	Deseos, rendimiento percibido, expectativas y congruencia deseada (cada uno con 10 atributos)

<b>Autor</b>	<b>Modelo</b>	<b>Método usado</b>	<b>Escala de medida</b>
Phillip & Hazlett (1997)	Modelo de atributos global	No reportado	Atributos fundamentales, atributos principales y atributos periféricos
Sweeney et al. (1997)	Modelo de calidad de servicio y valor percibido para retail	Análisis factorial confirmatorio en LISREL	Calidad funcional a través de 5 elementos SERVQUAL y calidad técnica a través de 1 ítem
Oh (1999)	Modelo de calidad percibida, valor de cliente y satisfacción de cliente	Análisis Path en LISREL VIII	Ítem único para el precio percibido y 8 ítems para las percepciones del a configuración del hotel
Dabholkar et al. (2000)	Modelo de mediador antecedente	Regresiones en modelo de ecuaciones estructurales en LISREL	SERVQUAL a través de la medición de confiabilidad, atención personal, comodidades y características
Frost & Kumar (2000)	Modelo de calidad de servicio interno	Análisis de componentes principales, coeficientes de fiabilidad	SERVQUAL
Dagger et al. (2007)	Modelo de calidad de servicio de salud	Análisis cualitativo	Calidad interpersonal, calidad técnica, calidad ambiental y calidad administrativa
Rakhmawati et al. (2013)	Modelo de calidad de servicio para un centro de salud pública	Análisis factorial	Calidad de la prestación de servicios de salud, calidad del personal de atención médica, adecuación de los recursos de atención médica y calidad del proceso de administración
Lee (2016)	HEALTHQUAL	Análisis factorial	Empatía, tangibles, seguridad, eficiencia y grado de mejoras en el servicio de atención

*Nota.* Tomado de Bustamante et al. (2019)

## **2.2.4.2. Modelos de Medición**

### **a. Modelo SERVQUAL**

El modelo SERVQUAL, fue publicado en 1988 por Parasuraman, Zeithaml y Berry y desde entonces ha sido revisado y mejorado. SERVQUAL analiza aspectos cuantitativos y cualitativos de los clientes y permite conocer los factores incontrolables. Cabe señalar que el objetivo es mejorar la calidad del servicio respecto a cinco dimensiones. (Bustamante et al., 2019; Caicay, 2017; Duque, 2005; Matsumoto, 2014)

Cabe mencionar que la validación del modelo SERVQUAL fue realizada por primera vez en Latinoamérica en 1992 por Michelsen Consulting y el Instituto Latinoamericano de Calidad en los servicios. Si bien este fue creado solo para empresas, este modelo se suele aplicar a otros sectores relacionados a la calidad de servicio en alguna organización sea privada o pública debido a que denota a) las expectativas entre los usuarios, b) las especificaciones de la calidad de servicio, c) la prestación del servicio y d) una deficiencia percibida por el usuario en la calidad del servicio (Zeithaml, Parasuraman y Berry, 1992).

Según Caicay (2017) es actualmente el modelo más representativo dado que los usuarios evalúan la calidad del servicio de acuerdo con sus expectativas y percepciones. Parasuraman Zeithaml y Berry propusieron un instrumento (cuestionario) en función de cinco dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, empatía, seguridad y capacidad de respuesta (Estrella, 2018).

En la Tabla 2 se describe las cinco dimensiones y sus respectivos atributos que contempla el modelo SERVQUAL.

**Tabla 2***Dimensiones de la calidad del servicio modelo SERVQUAL*

<b>Dimensiones</b>	<b>Descripción</b>	<b>Atributos</b>
Elementos Tangibles	Apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y materiales para comunicaciones.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Instalaciones visualmente atractivas con equipos modelos.</li> <li>- Personal con pulcra apariencia</li> <li>- Elementos materiales atractivos</li> </ul>
Confiabilidad	Capacidad para brindar el servicio en forma precisa, constante y digna de confianza.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cumplen con lo que prometen</li> <li>- Interés sincero en la resolución de problemas.</li> <li>- Concluyen el servicio en el tiempo prometido</li> <li>- No cometen errores</li> </ul>
Capacidad de Respuesta	Buena disposición para ayudar a los clientes a proporcionarles un servicio expedito.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunican cuándo culminarán el servicio</li> <li>- Los empleados siempre están dispuestos a ayudar oportunamente. nunca están demasiado ocupados</li> </ul>
Seguridad	Conocimiento y cortesía de los empleados, y su capacidad para transmitir seguridad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los empleados tienen conocimientos suficientes para resolver problemas y por ende los clientes se sienten seguros.</li> </ul>
Empatía	Cuidado y atención individualizada que la empresa proporciona a sus clientes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tienen empleados que ofrecen atención personalizada</li> <li>- Se preocupan por los clientes</li> <li>- Comprenden las necesidades de los clientes</li> </ul>

*Nota.* Adaptado de Bustamante et al. (2019) y Caicay (2017)

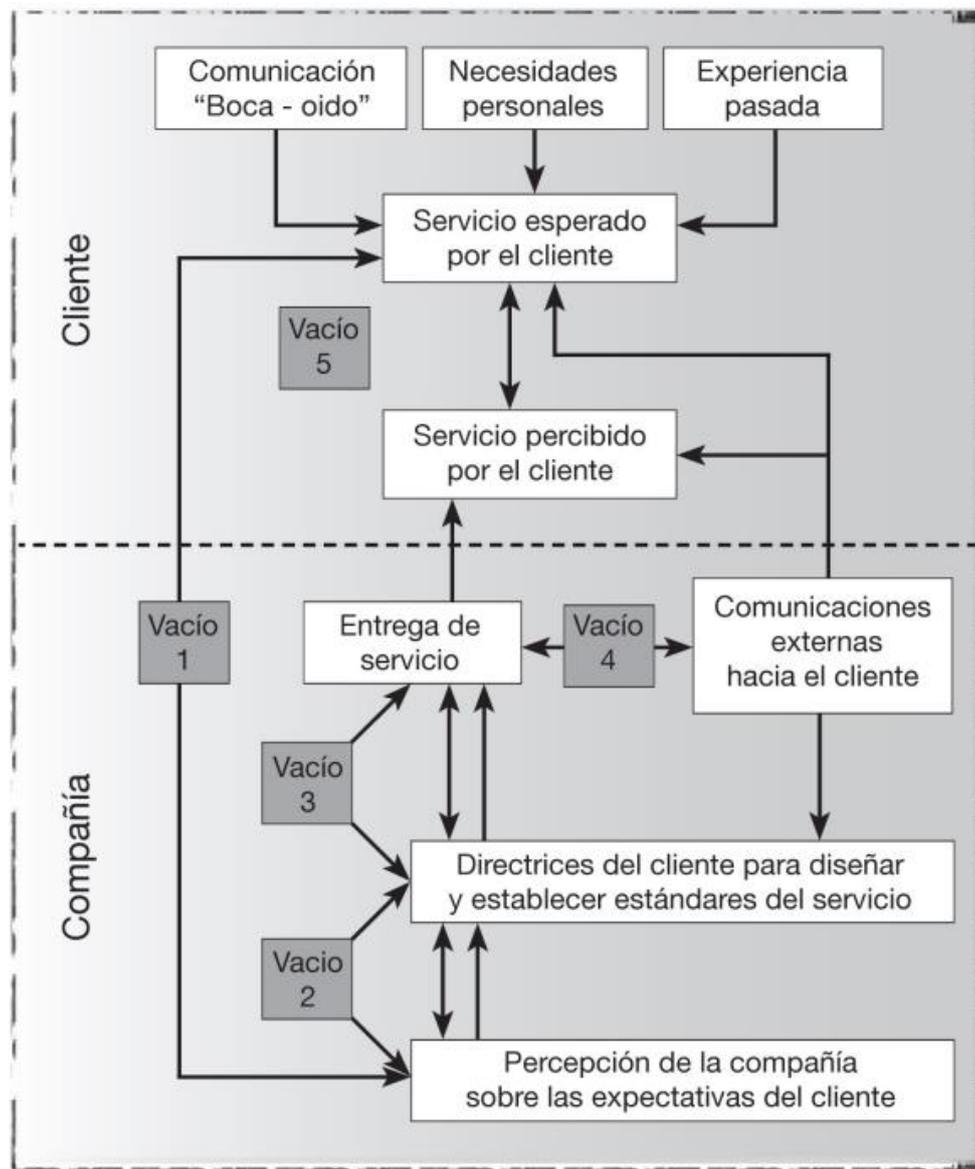
Estas dimensiones generales se utilizan para evaluar la calidad percibida. Además, la calidad del servicio se mide calculando las diferencias entre las puntuaciones que los clientes asignan a sus expectativas frente a sus percepciones. (Caicay, 2017)

$$\text{Puntuación SERVQUAL} = \text{Puntuación de las percepciones} - \text{Puntuación de las expectativas}$$

Según Parasuraman et al. (1985), consideran a los clientes y proveedores como agentes del proceso. Asimismo, identificaron una serie de vacíos o gaps en sus diferentes etapas. Estos inciden en la percepción del cliente o usuario y son objeto de análisis cuando se desea mejorar la calidad percibida (Duque, 2005). En la Figura 1 se detalla las deficiencias o vacíos.

**Figura 1**

*Modelo SERVQUAL*



*Nota:* Tomado de Duque (2005)

## **b. Modelo SERVPERF**

El modelo SERVPERF (Service Performance) ha sido propuesto por Cronin y Taylor en 1992 y surgió como resultado de las críticas al modelo SERVQUAL (Caicay, 2017; Ramírez, 2017). Según Carman (1990), como fue citado en (Duque, 2005), el modelo SERVQUAL contaba con escaso sustento teórico o evidencia empírica como base para medir la calidad de servicio percibida.

Este modelo establece una escala más precisa y se centra exclusivamente en la evaluación de las percepciones. Según Alén (2006), como se citó en Caicay (2017) la escala de percepciones integra mejores propiedades psicométricas respecto a la escala basada en percepciones menos expectativas que utiliza el SERVQUAL. Los expertos llegan a la conclusión de que es la misma escala, lo que varía es el enfoque de evaluación y las preguntas de los instrumentos (Duque 2005).

La puntuación se calcula de la siguiente manera (Ibarra y Casas, 2015):

$$\text{Servperf} = \sum P_j \text{ (Sumatoria puntuaciones de percepción)}$$

De esta manera, Ramírez (2017) señala que la medición consiste en considerar la calidad del servicio más alta, mientras la suma de estas percepciones y sus puntuaciones sea mayor. De esta forma el modelo requiere menos tiempo para la administración del cuestionario, las medidas de calificación predicen mejor la satisfacción y el trabajo de interpretación.

## **c. Escuela Nórdica**

Este modelo, también denominado modelo de imagen, fue formulado por Grönroos. La calidad percibida por los clientes es la integración de la calidad técnica (lo que se da) y la calidad funcional (cómo se da), y éstas se relacionan con la imagen corporativa. Asimismo, se produce una calidad total percibida cuando la calidad experimentada satisface la calidad esperada. (Duque 2005; Verde et al., 2018)

Es decir, la calidad esperada se basa en factores como la comunicación de marketing, las recomendaciones, la imagen corporativa y las necesidades del cliente (Caicay,

2017). Las tres dimensiones son las siguientes (Caicay, 2017):

- La calidad técnica es la prestación de un servicio técnicamente correcto. El autor la denomina dimensión "qué" y se refiere a lo que recibe el consumidor.
- La calidad funcional, el autor la define como la dimensión del "cómo" y se refiere básicamente a la forma en que el consumidor recibe el servicio.
- La imagen corporativa es la forma en que los consumidores perciben la organización. Constituye la percepción global del servicio que presta la empresa e implica las dos dimensiones anteriores.

### **2.2.5. Satisfacción del Cliente**

La satisfacción del cliente es el nivel de ánimo que resulta de la comparación del rendimiento percibido de un producto o servicio con las expectativas del cliente (Begazo, 2006). Según Carrasco (2013), como se citó en Verde et al. (2018) “La satisfacción es la apreciación que el cliente tiene sobre el grado en que se han cumplido sus exigencias”. Por lo tanto, cabe señalar que el fin de cualquier proceso de producción y prestación de servicios es la satisfacción del cliente.

El cliente, para definir su grado de satisfacción, necesita tener una experiencia, en cambio la calidad puede percibirse sin necesidad de una experiencia de consumo. Asimismo, la calidad constituye una actitud general hacia la organización, pero la satisfacción es una apreciación individual. (Fernández et al., 2012)

#### **2.2.5.1. Beneficios**

Silva-Treviño et al. (2021) señalan que una organización que cumple con las expectativas del cliente, consolida su satisfacción. A su vez, cuando un cliente se encuentra en un estado de satisfacción, es muy seguro que repita su compra, generando un estado de lealtad. En consecuencia, la satisfacción del cliente y su fidelidad mantienen un fuerte vínculo.

#### **2.2.5.2. Elementos que conforman la satisfacción del cliente**

La satisfacción del cliente está conformada por tres elementos (De León, 2006):

**a. El rendimiento percibido**

Es el desempeño en términos de entrega de valor que el cliente cree haber obtenido tras la compra de un producto o servicio. Dicho de otra manera, es el "resultado" que el cliente "percibe" que ha obtenido del producto o servicio que ha comprado. A continuación, se menciona algunas de sus características principales.

- Está determinado solo a partir del criterio del cliente.
- No necesariamente se basa en la realidad.
- Se ve afectado por la influencia de opiniones de otras personas.
- Está en función del estado de ánimo y del razonamiento del cliente.

**b. Las expectativas**

Son los supuestos que los clientes proyectan de lo que recibirán. Estas expectativas en los clientes se producen por las siguientes causas:

- La empresa promete de forma explícita o implícita, los beneficios que aporta su producto o servicio.
- Anteriores experiencias de compra.
- La opinión del entorno más cercano y de los líderes de opinión.
- Las promesas ofrecidas por la competencia.

**c. Los niveles de satisfacción**

Representan una forma directa de medir la satisfacción de las expectativas, deseos y necesidades de los clientes (Moreno, 2016)

El usuario o cliente, después de la compra o adquisición de un producto o servicio, experimenta alguno de estos tres niveles de satisfacción:

- *Insatisfacción:* cuando el rendimiento percibido no alcanza las expectativas del cliente. Esto trae diversas consecuencias negativas, una de ellas es que los afectados no vuelva a consumir productos de la misma empresa, se perjudica la reputación de la compañía y el margen de ganancias cae, mientras que el de la competencia aumenta aprovechando la situación que se originó por no satisfacer a uno o más consumidores.
- *Satisfacción:* cuando el rendimiento percibido del producto coincide con las expectativas del cliente. Es decir, el cliente logró satisfacer su necesidad gracias al artículo o servicio que adquirió. Sin embargo, aún tiene las puertas abiertas a

mejores propuestas por parte de otras entidades. Puesto que no tiene un vínculo profundo, fuera de lo comercial, con la marca que acaba de comprar. El precio y la promoción influirán en el comportamiento que asuma esta persona en el futuro.

- *Complacencia*: cuando las expectativas del cliente, superan el desempeño percibido. Este tipo de clientes suelen mostrarse más satisfechos con sus resultados obtenidos. Así mismo, generan dentro de sí una lealtad hacia el producto, y por ende a la marca, que no pondrá objeciones al momento de volver a comprar lo mismo. De manera simultánea, comentará a otros sobre su excelente experiencia por parte de la empresa, volviéndose, así como un embajador.

Según Millones (2010), dependiendo del nivel de satisfacción del cliente, se puede conocer el grado de lealtad hacia una marca o empresa, por ejemplo: Existen las probabilidades de que los clientes abandonen a sus proveedores. Este panorama puede surgir a causa de una mala experiencia de este con algún bien brindado por la empresa, o porque la competencia anunció una mejor oferta. Para contrarrestar ello, se debe de dar un valor agregado a los productos que puedan ser percibido por nuestros benefactores. También, establecer las ventajas diferenciales que tiene la compañía y que van acorde a la satisfacción del consumidor. Por su parte, el cliente satisfecho se mantendrá leal; pero, tan solo hasta que encuentre otro proveedor que tenga una oferta mejor (lealtad condicional). En cambio, el cliente complacido será leal a una marca o proveedor porque siente una afinidad emocional que supera ampliamente a una simple preferencia racional (lealtad incondicional).

#### **2.2.6. Calidad y Satisfacción en los Servicios Públicos**

El objetivo principal de los servicios públicos prestados por el Estado es satisfacer las necesidades de la sociedad, independientemente del marco legal vigente. Además, la calidad en los servicios públicos supone una obligación ineludible de la administración pública, tiene que estar presente en todas las actividades de una organización y debe ser prestada por todos los trabajadores y servidores del sector público con el fin de satisfacer a los ciudadanos como receptores de los servicios.(Benavente, 2019)

Según MAP (2000a), como se citó en Viñas (2005), los servicios públicos deben satisfacer las expectativas de los clientes externos e internos al menor coste posible. Por ello, Viñas

(2005) considera a las administraciones públicas como organizaciones que trabajan de forma reactiva, con el fin de responder a los problemas o necesidades que plantea la sociedad civil. Además, las normas y características de los servicios públicos deben ser una decisión política. En consecuencia, se indica lo siguiente.

- a. No es posible que el presupuesto público responda a todas las demandas sociales.
- b. Las administraciones públicas no están en condiciones de determinar las prioridades de sus acciones únicamente en función de los deseos de sus destinatarios.
- c. Las administraciones públicas también tienen la función de anticiparse, es decir, de actuar con antelación, antes de que se manifieste la demanda de la población.

### **2.2.7. Norma Técnica para la Gestión de Calidad del Servicio Público**

La presente Norma Técnica tiene como objetivo "establecer disposiciones técnicas para la gestión de la calidad del servicio en las entidades de la administración pública" (PCM, 2021, p. 3)

#### **2.2.7.1. Conductores que impactan en la satisfacción de las personas**

Los conductores son atributos medibles que están presentes en la prestación de servicios y que repercuten directamente en la satisfacción de las necesidades y expectativas de las personas. Las instituciones pueden integrar otros conductores que contribuyan a la naturaleza del servicio para la aplicación de la norma técnica. A continuación, se detallan los seis conductores o variables de calidad propuestos en la Norma Técnica para la Gestión de Calidad de Servicio Público (PCM, 2021):

##### **a. Trato profesional durante la atención**

Se refiere a las acciones realizadas por el empleado y a la actitud mostrada en la prestación del servicio a través de los diferentes canales de atención de los que dispone la entidad. Incluye la profesionalidad, la empatía, el respeto, la igualdad en el trato con la persona a la hora de prestar los servicios, el conocimiento, entre otros.

##### **b. Información**

Se refiere a la capacidad de proporcionar información de forma sencilla, precisa, clara, veraz y oportuna. Además, hace referencia a establecer una comunicación de

forma fluida y transparente sobre los requerimientos, el estado y los avances durante la prestación del servicio. También está ligado a escuchar lo que la gente tiene que decir, mediante el buzón de sugerencias, el libro de reclamaciones, entre otros, para contribuir a la mejora de los servicios que presta la entidad.

**c. Tiempo de provisión**

Corresponde al tiempo que tarda la persona en recibir los servicios prestados por la entidad, desde que espera ser atendida por alguno de los diferentes canales hasta que obtiene el resultado del servicio. Comprende el número de veces que la persona tiene que acudir o contactar con la entidad. También considera el cumplimiento de los plazos establecidos.

**d. Resultado de la gestión/entrega**

Es la capacidad de la entidad para prestar servicios correctamente, es decir, desde el primer contacto con la persona hasta la entrega. Esto depende de lo oportuno y eficaz que sea la aplicación de los procedimientos y normas vigentes, además del coste razonable previsto para los servicios recibidos.

**e. Accesibilidad**

Se refiere al nivel de facilidad con el que las personas pueden acceder a los servicios prestados mediante los diversos canales de atención de la entidad pública. Este conductor tiene algunos aspectos que se deben tener en cuenta, como la seguridad integral donde se prestan los servicios, la infraestructura (física, tecnológica o virtual) para cada canal de atención, la flexibilidad en los horarios de atención al público que permita realizar consultas y recibir servicios. Asimismo, se considera la posibilidad de prestar servicios en idiomas nativos, sistemas de lectura o escritura táctil, entre otros.

**f. Confianza**

Es la percepción de confianza que el ente público genera ante la población. Este conductor se puede ver afectado si surge algún aspecto o incidente sin ninguna justificación o altera el resultado de la gestión o del servicio demandado.

En la actualidad, la calidad de los servicios depende de la capacidad del Estado para satisfacer las necesidades y expectativas de los ciudadanos. Para ello, la norma técnica establece el Modelo de Gestión de la Calidad de Servicio con el fin de que las entidades públicas puedan adoptar acciones de mejora de la calidad. (PCM, 2021)

#### **2.2.7.2. Modelo para la Gestión de la Calidad de Servicios**

Este modelo está estructurado en componentes destinados a influir en lo que la gente valora.

A continuación, se detallan estos componentes (PCM, 2021):

**a. Componente 1: Conocer las necesidades y expectativas de las personas**

Las entidades deben aplicar este componente inicialmente y de forma periódica, teniendo en cuenta la información recogida en el Libro de Reclamaciones, los registros o las bases de datos introducidas por diferentes canales. Todo lo cual sirve de insumo para la aplicación de los demás componentes.

**b. Componente 2: Identificar el valor del servicio**

A partir de las necesidades y expectativas de los ciudadanos, se revisa el valor público del servicio (características o atributos) y la necesidad de diseñar nuevos servicios o mejorar, reestructurar o fusionar los existentes en el ámbito de su competencia.

**c. Componente 3: Fortalecer el servicio**

En función de la brecha identificada, los elementos del servicio se determinan y mejoran para el bienestar de los usuarios. Los elementos pueden ser: personal, recursos, proveedores, procesos, infraestructura, tecnología, condiciones de prestación u otros.

**d. Componente 4: Medición y análisis de la calidad del servicio**

Los indicadores de calidad asociados a los conductores que impactan se miden periódicamente y, en función de los resultados, se toman decisiones para mejorar el servicio. Los indicadores definidos deben incluirse en el Plan Estratégico Institucional (PEI) y Plan Operativo Institucional (POI) de la entidad.

**e. Componente 5: Liderazgo y compromiso de la Alta Dirección**

Es necesario que la Alta Dirección de la entidad demuestre de forma activa y visible su liderazgo y compromiso con el Modelo para la Gestión de la Calidad de Servicios. Para ello debe promover la identificación de las necesidades y expectativas de las personas en relación con los servicios, garantizar los recursos para su implantación, tomar decisiones en función de los resultados obtenidos y comunicar los logros de la implantación de la norma técnica.

**f. Componente 6: Cultura de calidad**

Es necesario que la entidad ponga en marcha acciones para que su personal interiorice la calidad en sus comportamientos y actividades diarias.

### **III. DESARROLLO DEL TRABAJO**

#### **3.1. Delimitación temporal y de ámbito geográfico**

Durante la prestación de servicios de la profesional en la modalidad contractual por un año en la Sección de Servicios al contribuyente VI, se determinó que, desde enero del 2016 hasta agosto del mismo año, asumiría la labor de conocer los factores que determinan el nivel de satisfacción del contribuyente en el en el Centro de Servicio Santa Anita – SUNAT ubicado en Carretera Central 111 – Urb. Los Ficus - Centro Comercial Mall Aventura Plaza, distrito de Santa Anita, provincia de Lima, departamento de Lima.

Tal labor implicó dentro de sus funciones diarias, verificar el cumplimiento de los trámites realizados en el CSC, atender a los contribuyentes indicándoles los requisitos necesarios para sus consultas y/o trámites, derivarlos al área correspondiente según sus casos y cuantificar el número de trámites realizados por cada funcionario. Al ejercer dichas actividades, la profesional pudo darse cuenta que la calidad del servicio no tenía un nivel óptimo para satisfacer al contribuyente y que, la mayoría de ellos venía con poco conocimiento sobre los documentos necesarios para realizar sus trámites. Luego, al haber identificado los problemas de la CSC Santa Anita y los factores causantes, la profesional diseñó una propuesta de mejora con fines de implementarlo y aumentar la satisfacción del contribuyente.

#### **3.2. Naturaleza del trabajo**

##### **3.2.1. Tipo de investigación**

El presente trabajo es descriptivo, porque describe una realidad, fenómeno o situación. Asimismo, procura brindar respuestas acerca del el qué, cómo, cuándo y dónde sin dar mayor implicancia al “porque” ocurre dicho problema (Mejía, 2020).

Se analiza cualitativamente los factores expuestos y la satisfacción del cliente, describiendo así los fenómenos encontrados en cada una, y a través de una valoración cuantitativa mediante la aplicación de una encuesta con escala Likert, permitió comprobar las teorías planteadas previamente.

### **3.2.2. Diseño de la investigación**

El diseño del presente trabajo es no experimental- transversal-correlacional. No experimental, se define a la investigación que se realiza sin manipular adrede de las variables. Transversal porque se recolecta datos en un espacio de tiempo y correlacional ya que describirá la relación entre dos o más categorías en un determinado tiempo. (Hernández et al., 2014)

### **3.2.3. Población y muestra**

Hernández et al. (2014) define que “la población es la totalidad del conjunto a investigar que concuerdan en características y especificaciones. Por otro lado, la muestra responde al subgrupo de la población total de la cual se recolectarán los datos”.

#### **a. Población**

La población la conformaron 500 contribuyentes del Centro de Servicio Santa Anita – SUNAT.

#### **b. Muestra**

La muestra fue calculada mediante un muestreo probabilístico aleatorio se la siguiente forma:

$$n = \left( \frac{N Z_{\frac{\alpha}{2}}^2 \cdot p \cdot q}{(N - 1)e^2 + Z_{\frac{\alpha}{2}}^2 \cdot p \cdot q} \right)$$

Dónde:

- n = Tamaño de muestra que se desea saber
- N = 500
- Z = 1,96 al nivel de confianza de 95 por ciento
- P = 0.50

- $q = 1 - 0.50$
- $e = 0,05$

$$n = \frac{500(1.96)^2(0.50)(0.50)}{(40 - 1)(0.05)^2 + (1.96)^2(0.50)(0.50)}$$

$$n = 60$$

Por lo tanto, se trabajó con 60 contribuyentes del Centro de Servicio Santa Anita – SUNAT.

#### **3.2.4. Variable**

La variable de estudio es única: “Satisfacción del contribuyente” y sus respectivas dimensiones (factores) son: capacidad de respuesta, elementos tangibles, empatía, seguridad, confiabilidad.

#### **3.2.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

##### **a. Técnica**

Hernández et al. (2014) menciona que “los instrumentos de medición son aquellos recursos que el investigador utiliza para registrar la información y datos en general que se obtiene de las variables, y tiene que ser válido y confiable”.

La recolección de datos se realizó a través de la aplicación de encuestas, apoyada en la elaboración de un test de escala ordinal tipo Likert cuyas valoraciones van desde la opción “Muy malo” con puntaje de 1, a “Muy bueno” con puntaje de 5.

Según Dulzaides y Molina (2004) "El análisis documental es la operación que consiste en seleccionar las ideas informativamente relevantes de un documento a fin de expresar su contenido sin ambigüedades para recuperar la información en él contenida".

Se analizó los documentos de fuentes primarias, propias de la institución, junto con

fuentes secundarias. Las fuentes primarias serán: plan de mejora de la calidad en el servicio al contribuyente de la gerencia de servicios al contribuyente, la circular N°001-2011 de la SUNAT y la resolución N°001-2015-SUNAT/500000 donde se aprueba la política, objetivos e indicadores de gestión de calidad de la SUNAT (2015).

#### **b. Instrumento**

La escala de Likert es un instrumento psicométrico donde el encuestado debe indicar su acuerdo o desacuerdo sobre una afirmación, ítem o reactivo, lo que se realiza a través de una escala ordenada y unidimensional (Bertram, s/f).

El cuestionario consta de 19 preguntas (Ver Anexo 1). Donde el puntaje máximo es 85 puntos y un mínimo de 54 puntos, los cuales divididos por rangos promedio a través de la baremación, se tiene que la insatisfacción va de 54 a 64 puntos, la satisfacción va de 65 a 74 puntos y la complacencia va de 75 a 85. Su validez fue evaluada por expertos (Anexo 4).

#### **c. Confiabilidad**

Según Hernández et al. (2014) es “la estimación de la consistencia de las respuestas” (p. 75) por tanto la confiabilidad es la capacidad que tiene un instrumento para obtener mediciones consistentes. Para medirlo, se usa el alfa de Cronbach, coeficiente que considera que los ítems tienen baja fiabilidad se ubican en valores inferiores a 0.6 y alta fiabilidad en valores entre 0.6 a 1. Para su cálculo se realizó la prueba piloto de 10 cuestionarios de la población y se logró medir el grado de fiabilidad del instrumento resultado un alfa de Cronbach de 0.917 grados (alta fiabilidad)

**Tabla 3**

*Grado de fiabilidad conforme al alfa de Cronbach*

<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N de elementos</b>
0,917	19

### **3.2.6. Análisis y procesamiento de datos**

Los procedimientos para el análisis de datos provenientes de los instrumentos de la colecta fueron los siguientes:

- a. Elaboración de tablas a través de Excel y SPSS para cada uno de los ítems de las encuestas.
- b. Vaciado de los cuestionarios en las tablas.
- c. Elaboración de graficas de cada resultado obtenido por cada ítem de la encuesta.
- d. Análisis de los resultados para identificar los factores que influyen en la satisfacción del contribuyente.

### **3.3. Contribución en la solución de situaciones problemáticas presentados durante su estancia en la empresa**

La aportación del profesional que permitió conocer el nivel de satisfacción del contribuyente y plantear una propuesta de mejora fue completada con éxito, desde el planteamiento de la problemática de la situación actual, planteamiento de soluciones y el desarrollo de las mismas.

Una vez determinado el problema a abordar que es la medición de la satisfacción del contribuyente se desarrolló el instrumento de medición, recolección de datos y análisis de cada dimensión planteada, los cuales permitieron elaborar una propuesta de mejora con el fin de mejorar la satisfacción del usuario, reduciendo así el número de quejas de la atención y reducir la imagen negativa sobre la atención ofrecida en el CSC Santa Anita.

### **3.4. Análisis de su contribución con las competencias y habilidades adquiridas en la formación profesional**

Las competencias y habilidades adquiridas durante mi formación profesional en la carrera de gestión empresarial me permitieron llevar a cabo el proyecto desarrollando una propuesta de mejora enfocada en las necesidades del contribuyente y teniendo en cuenta los objetivos de mi centro de labores y los recursos disponibles.

Las competencias alcanzadas en relación con el perfil del egresado incluyen la capacidad de organizar, aumentar el valor de las empresas existentes, promover políticas y estrategias de

apoyo a los diversos sectores. Así, las competencias se alinean con las funciones desempeñadas en la organización objeto de estudio.

Las habilidades de observación y empatía se aplicaron principalmente para formular las preguntas necesarias en el cuestionario a fin de obtener información precisa para resolver el problema. Además, se aplicaron habilidades matemáticas para proponer un seguimiento de la satisfacción del contribuyente mediante probabilidades.

Adicionalmente, se hizo referencia a las bases teóricas obtenidas a lo largo de la carrera para identificar adecuadamente el problema y determinar la mejor alternativa de solución. Así como las habilidades apropiadas en el manejo de recursos y conocimientos para medir la satisfacción del cliente y los procesos de la solución implementada, proyectando adecuadamente los beneficios que se le brindarían a la empresa con la solución. En este sentido, el modelo SERVQUAL sirve de fundamento en este trabajo para determinar el nivel de satisfacción del contribuyente, ya que, para lograr el éxito continuo de una organización, la necesidad de enfatizar la satisfacción del cliente es una consideración clave.

### **3.5. Beneficio obtenido por el centro laboral por parte de la contribución de la profesional**

Se determinó el nivel de satisfacción de los contribuyentes en el CSC de Santa Anita y, en base a ello, se propuso un plan de mejora para aumentar esta calificación. Es decir, mejorar la calidad del servicio prestado. Específicamente, fortalecer los factores de capacidad de respuesta, confiabilidad y seguridad, para que se aminore el número de quejas y con ello se logre mejorar la imagen de SUNAT. La reducción del número de quejas facilitará la labor de la Oficina de Defensoría del Contribuyente y Usuario Aduanero el cual es una unidad orgánica de tercer nivel organizacional, dependiente de la Secretaría Institucional encargada de procesar las quejas-reclamos y/o sugerencias de los contribuyentes, usuarios aduaneros y ciudadanos. Dicha entidad contribuye en el proceso de mejora de la calidad de servicios a cargo de los distintos órganos de la Administración.

**Tabla 4***Relación entre funciones desempeñadas y campos temáticos de la carrera*

<b>Funciones desempeñadas</b>	<b>Campo temático de la carrera</b>
Guía y orientación a los contribuyentes	Responsabilidad social
Verificación del cumplimiento de los trámites	Gestión de operaciones
Monitoreo de las tramitaciones emitidas por cada funcionario	Administración de operaciones
Descripción del diagnóstico del proceso y forma de atención al cliente	Organización y métodos
Diseñar una propuesta de mejora para aumentar la satisfacción del contribuyente	Innovación de procesos
Evaluación de indicadores de satisfacción del contribuyente	Gestión de la calidad

**Tabla 5***Conocimientos adicionales adquiridos*

<b>Conocimientos adquiridos</b>	<b>Autor/Centro de estudios</b>
Calidad de servicio en SUNAT	Estrella / UCV (2018)
Satisfacción del contribuyente en SUNAT	Bendezú / Universidad de Huánuco (2016)
Cultura de servicio	García <i>et al.</i> / Revista de Ciencias Sociales (2017)
Factores que determinan la satisfacción del cliente	García L. / UMNG (2021)
Funcionamiento del modelo Servqual	Matsumoto / Revista Perspectivas (2014)

## IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1. Resultados

#### 4.1.1. Factores más relevantes de la satisfacción del contribuyente

En las tablas 6 y 7 se muestran los consolidados de todos los factores de satisfacción del contribuyente y sus respectivos porcentajes de las calificaciones bajas y medias. De ello se evidencia que los factores que más determinaron que la satisfacción del contribuyente en la CSC Santa Anita, sea calificada en un nivel intermedio (Tabla 7) son la capacidad de respuesta, la confiabilidad y seguridad.

**Tabla 6**

*Porcentaje de las categorías de nivel bajo para todos los factores*

			<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
1	Capacidad de respuesta	Insatisfacción	27	45
2	Confiabilidad	Insatisfacción	27	45
3	Seguridad	Insatisfacción	20	33
4	Empatía	Insatisfacción	7	12
5	Elementos tangibles	Insatisfacción	4	7

**Tabla 7**

*Porcentaje de las categorías de nivel medio para todos los factores*

			<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
1	Confiabilidad	Satisfacción	15	25
2	Seguridad	Satisfacción	19	32
3	Capacidad de respuesta	Satisfacción	23	38
4	Elementos tangibles	Satisfacción	29	48
5	Empatía	Satisfacción	39	65

#### 4.1.2. Variable principal: Satisfacción del contribuyente

A continuación, se tienen los resultados del nivel de satisfacción del contribuyente del CSC Santa Anita, y de cada uno de sus factores: capacidad de respuesta, elementos tangibles, empatía, seguridad, confiabilidad.

La mayoría de los contribuyentes indicaron tener haber estado satisfechos (42 por ciento) al ser atendidos por los funcionarios del CSC San Anita. Los que estuvieron complacidos constituyen el 30 por ciento y los que consideraron no haber sido bien atendidos fueron el 28 por ciento (Tabla 8, Figura 2).

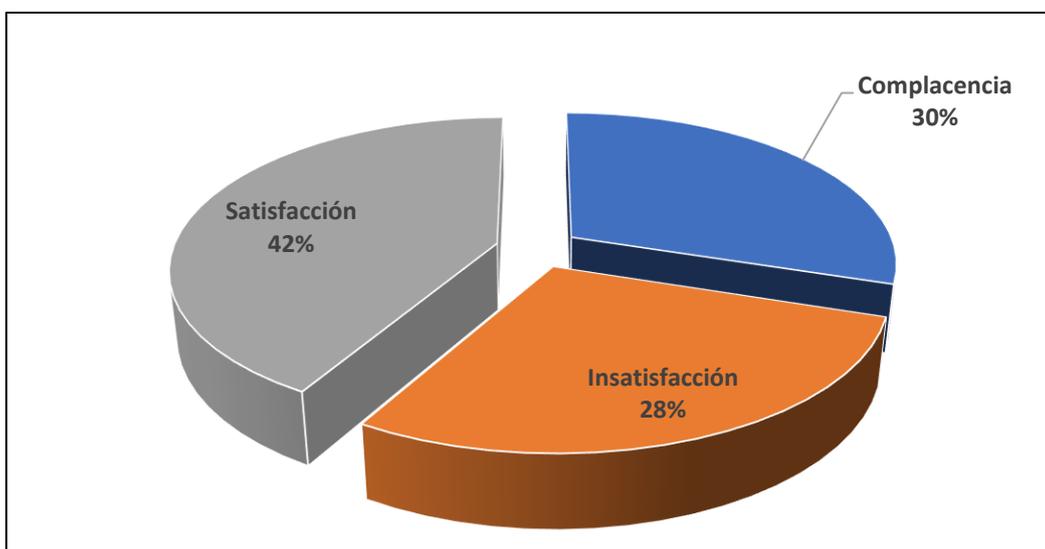
**Tabla 8**

*Nivel de satisfacción del contribuyente*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Complacencia	18	30
Satisfacción	25	42
Insatisfacción	17	28

**Figura 2**

*Nivel de satisfacción del contribuyente*



### 4.1.3. Factores de la satisfacción del contribuyente

#### a. Capacidad de respuesta

La mayoría de los contribuyentes (45 por ciento) considera que los funcionarios tuvieron baja capacidad de respuesta de atención. Un 38 por ciento considera estuvieron satisfechos y solo el 17 por ciento estuvo complacido con la atención (Tabla 9, Figura 3).

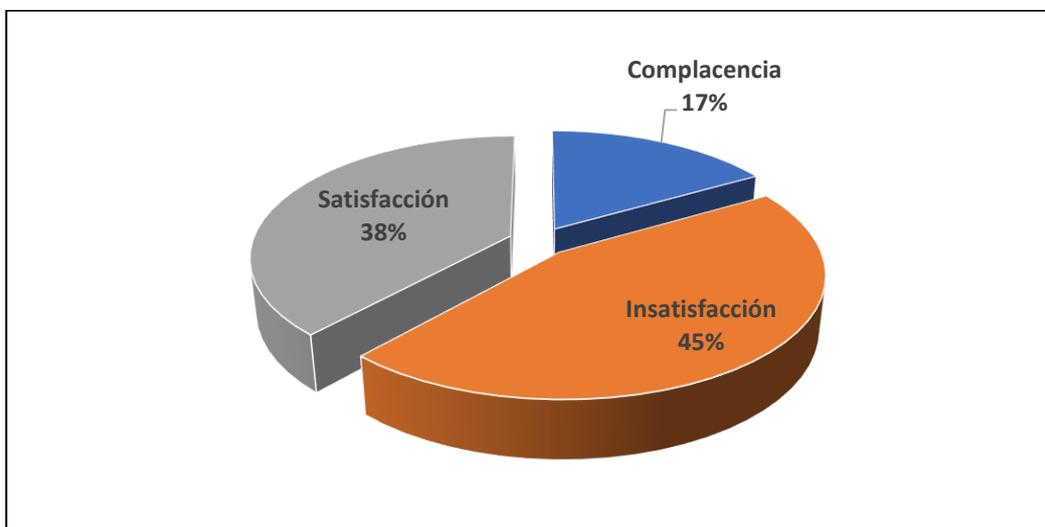
**Tabla 9**

*Nivel de capacidad de respuesta*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Complacencia	10	17
Satisfacción	23	38
Insatisfacción	27	45

**Figura 3**

*Nivel de capacidad de respuesta*



- **Indicadores de la capacidad de respuesta**

Los resultados de los indicadores que corresponden a la capacidad de respuesta se muestran en las siguientes tablas y figuras.

El 65 por ciento de los contribuyentes percibió un nivel de atención regular y solo el

1 por ciento lo consideró muy bueno. El 17 por ciento percibió un nivel de atención malo y bueno. (Tabla 10, Figura 4).

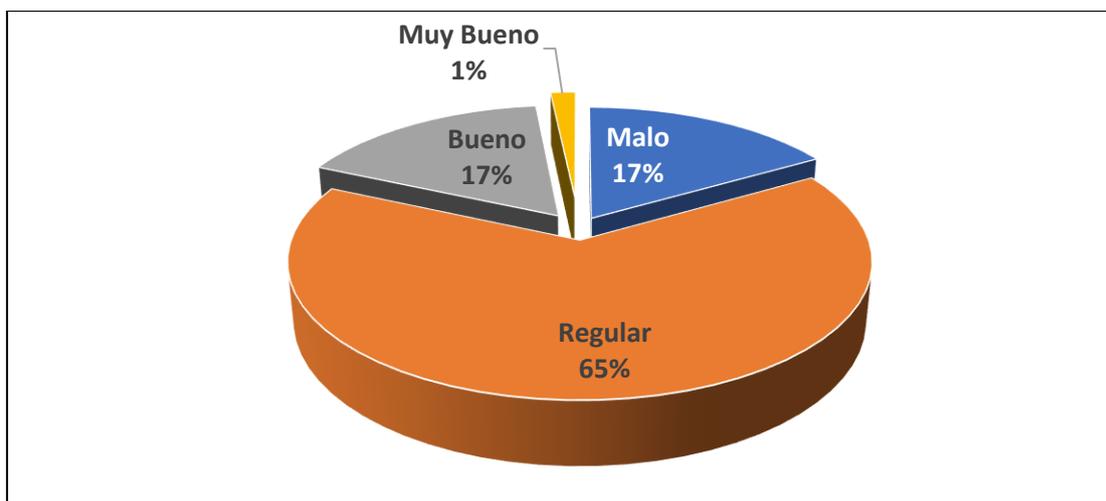
**Tabla 10**

*Nivel de rapidez de atención del funcionario*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Muy Bueno	1	1
Bueno	10	17
Regular	39	65
Malo	10	17

**Figura 4**

*Nivel de rapidez de atención del funcionario*



El 47 por ciento de los contribuyentes percibió que el tiempo de espera en cola hasta ser atendidos es regular, en tanto que el 30 por ciento consideró que se tardan mucho esperando en la cola (Tabla 11, Figura 5).

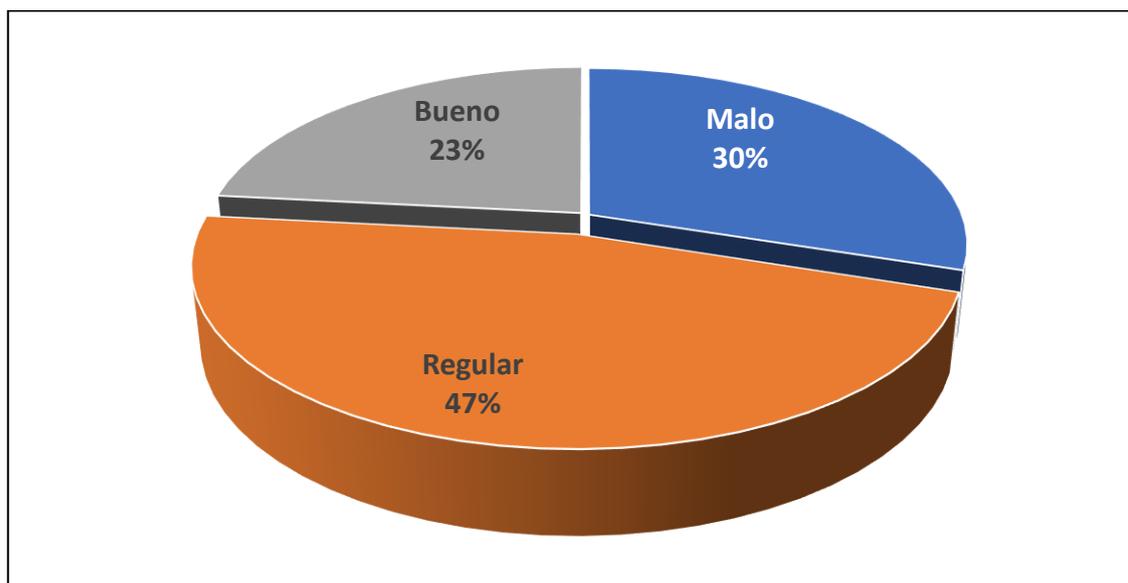
**Tabla 11**

*¿Cómo consideras el tiempo que esperas en cola hasta ser atendido por un funcionario?*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Muy Bueno	0	0
Bueno	14	23
Regular	28	47
Malo	18	30

**Figura 5**

*¿Cómo consideras el tiempo que esperas en cola hasta ser atendido por un funcionario?*



El 32 por ciento de los contribuyentes percibió que no hay suficiente personal para atenderlos (Tabla 12, Figura 6).

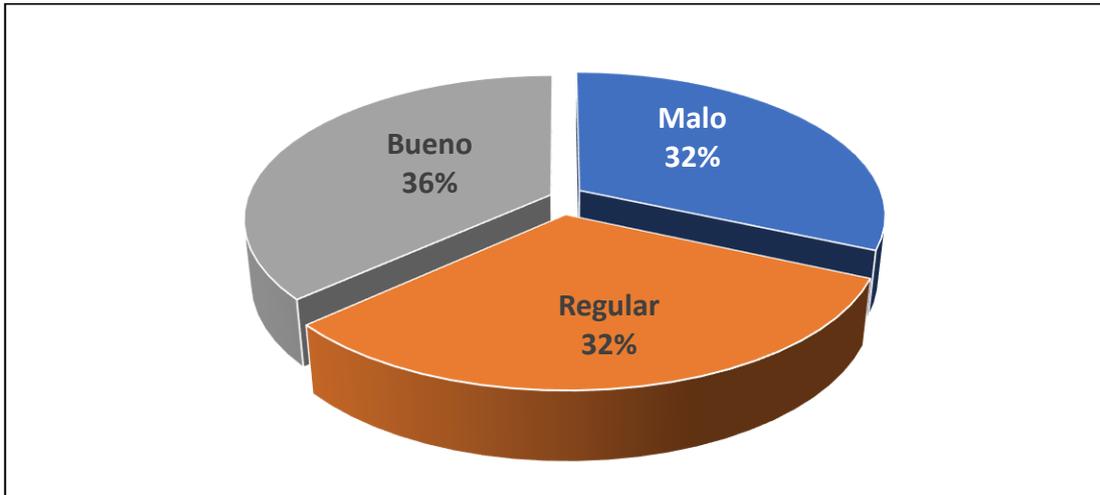
**Tabla 12**

*Nivel en que considera que hay suficiente personal para la atención de los usuarios*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Muy Bueno	0	0
Bueno	22	36
Regular	19	32
Malo	19	32

**Figura 6**

*Nivel en que considera que hay suficiente personal para la atención de los usuarios*



El 50 por ciento de los contribuyentes calificó como bueno, a los horarios de atención de SUNAT (Tabla 13, Figura 7).

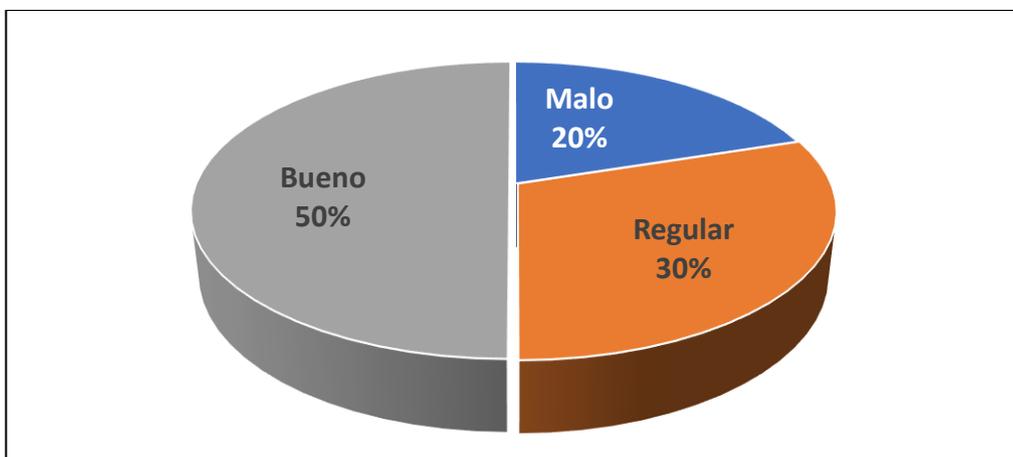
**Tabla 13**

*¿Cómo califica los horarios de atención que tiene SUNAT?*

	Frecuencia	Porcentaje (%)
Muy Bueno	0	0
Bueno	30	50
Regular	18	30
Malo	12	20

**Figura 7**

*¿Cómo califica los horarios de atención que tiene SUNAT?*



## b. Confiabilidad

La mayoría de los contribuyentes (45 por ciento) se sienten insatisfechos con la confianza que encontraron en los funcionarios de la CSC Santa Anita. Un 25 por ciento considera salió complacido y el otro 25 por ciento estuvo satisfecho (Tabla 14, Figura 8).

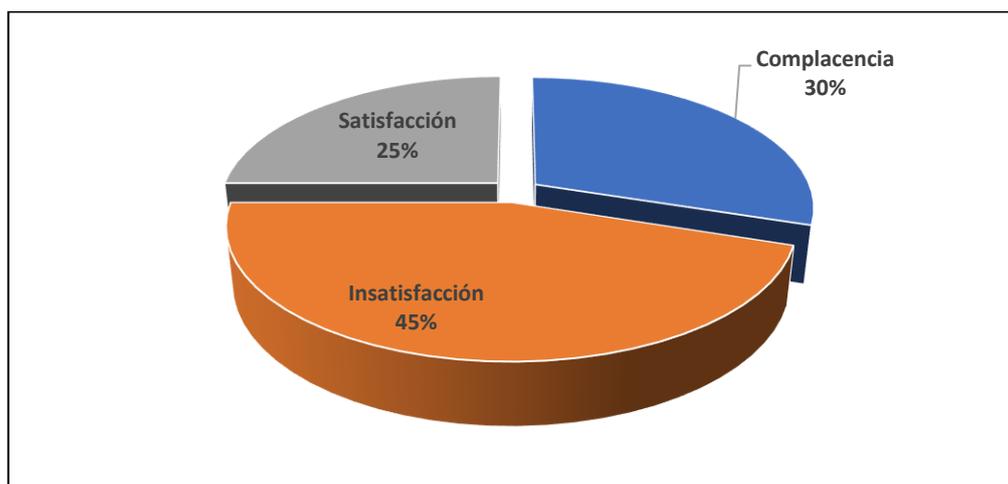
**Tabla 14**

*Nivel de confiabilidad*

	Frecuencia	Porcentaje (%)
Complacencia	18	30
Satisfacción	15	25
Insatisfacción	27	45

**Figura 8**

*Nivel de confiabilidad*



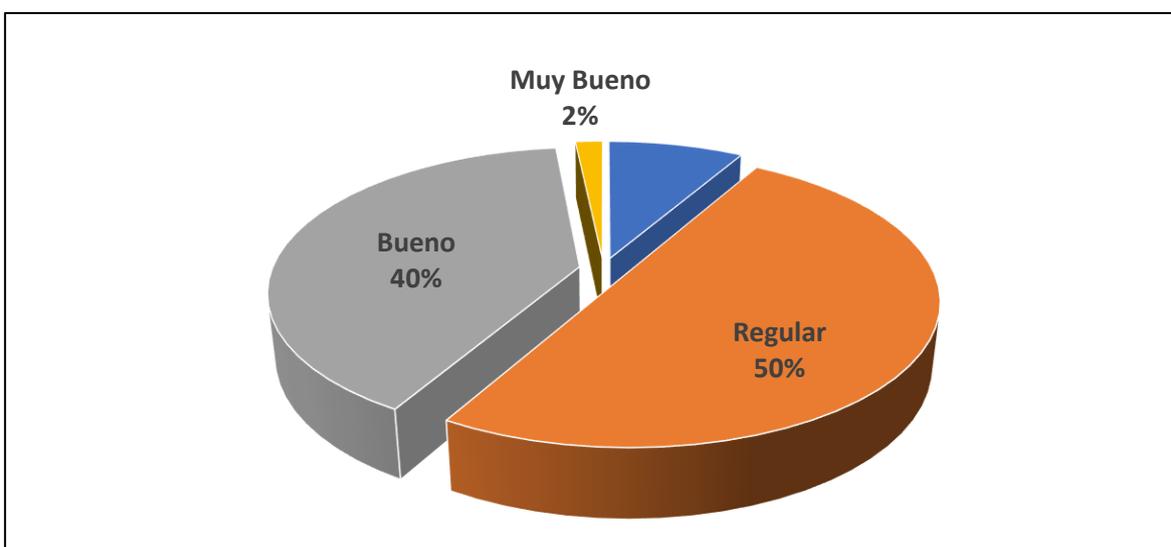
- **Indicadores de la confiabilidad**

Los resultados de los indicadores que corresponden a la confiabilidad se muestran en las siguientes tablas y figuras. Cabe resaltar que en las interpretaciones solo se resalta los porcentajes más altos.

El 50 por ciento de los contribuyentes percibió un nivel regular de amabilidad y solo un 2 por ciento lo percibió muy bueno (Tabla 15 y Figura 9).

**Tabla 15***Nivel de amabilidad de los funcionarios*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Muy Bueno	1	2
Bueno	24	40
Regular	30	50
Malo	5	8

**Figura 9***Nivel de amabilidad de los funcionarios*

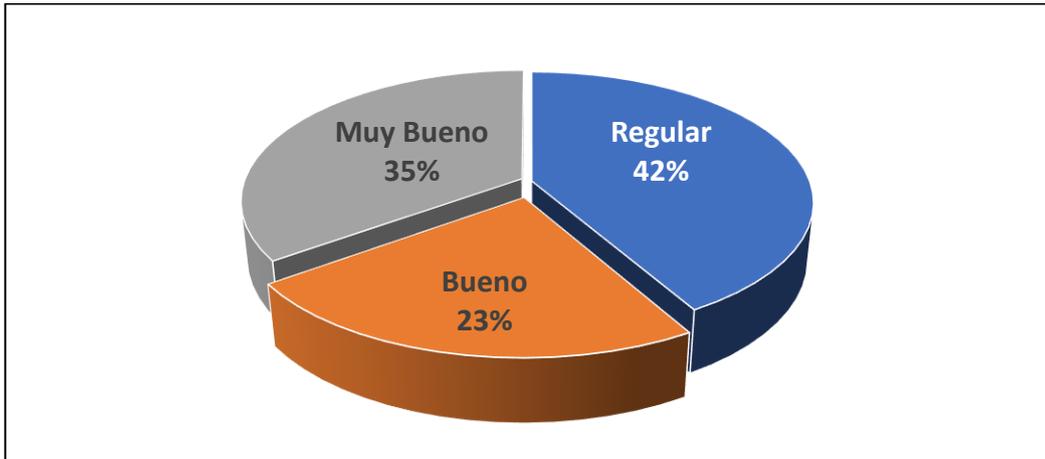
El 42 por ciento de los contribuyentes observó que el personal está adecuadamente presentable (Tabla 16, Figura 10).

**Tabla 16***Nivel en el que considera que el personal está adecuadamente presentable*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Muy Bueno	21	35
Bueno	14	23
Regular	25	42
Malo	0	0

**Figura 10**

*Nivel en el que considera que el personal está adecuadamente presentable*



El 55 por ciento de los contribuyentes consideraron que los funcionarios les transmitieron confianza en un nivel regular (Tabla 17, Figura 11).

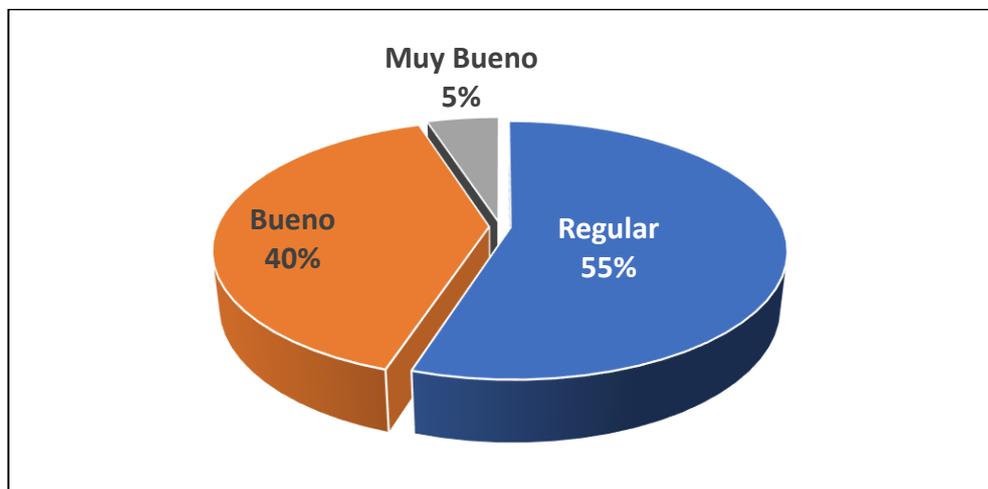
**Tabla 17**

*Nivel en el que considera que los funcionarios le transmiten confianza*

	Frecuencia	Porcentaje (%)
Muy Bueno	3	5
Bueno	24	40
Regular	33	55
Malo	0	0

**Figura 11**

*Nivel en el que considera que los funcionarios le transmiten confianza*



El 47 por ciento de los contribuyentes consideraron haber recibido un buen servicio de parte del funcionario (Tabla 18, Figura 12).

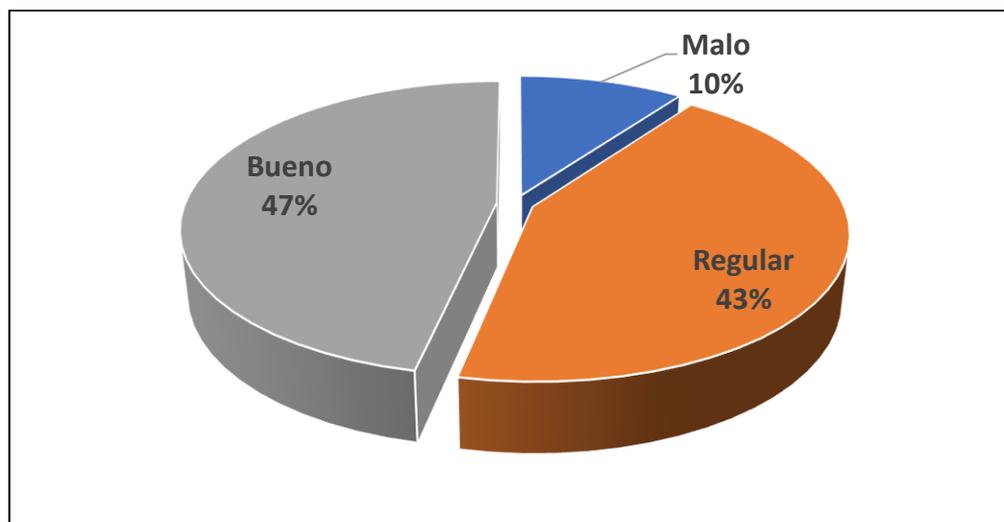
**Tabla 18**

*Nivel de servicio que le brindó el funcionario*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Muy Bueno	0	0
Bueno	28	47
Regular	26	43
Malo	6	10

**Figura 12**

*Nivel de servicio que le brindó el funcionario*



El 61 por ciento de los contribuyentes consideró que el nivel en el que la sección “Orientación al contribuyente” comprende sus necesidades específicas, es regular (Tabla 19, Figura 13).

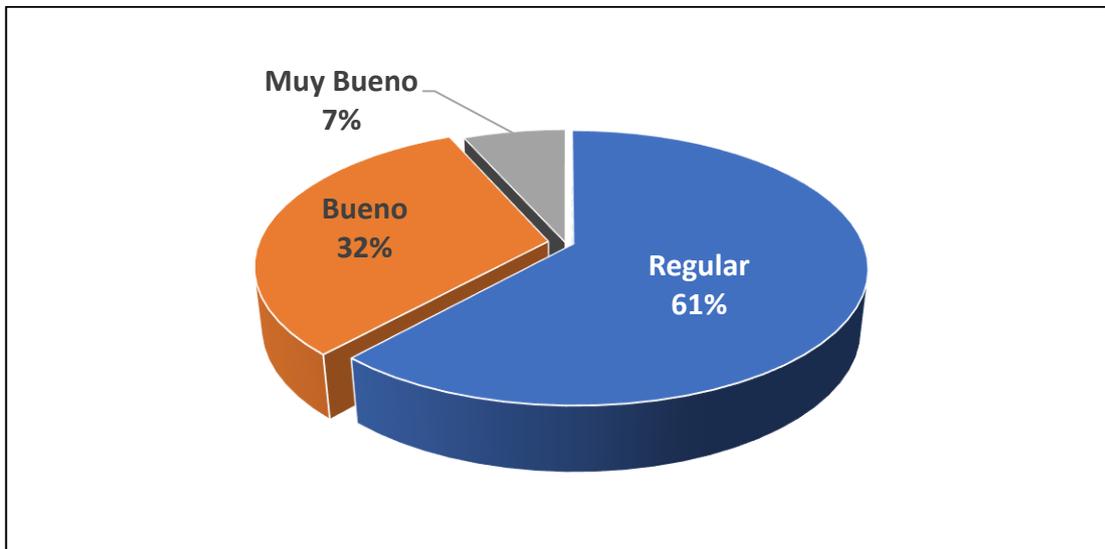
**Tabla 19**

*Nivel en el que la sección “Orientación al contribuyente” comprende mis necesidades específicas*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Muy Bueno	4	7
Bueno	19	32
Regular	37	61
Malo	0	0

**Figura 13**

*Nivel en el que la sección “Orientación al contribuyente” comprende mis necesidades específicas*



El 60 por ciento de los contribuyentes observó que el nivel de resolución de los funcionarios a sus preguntas planteadas fue regular (Tabla 20, Figura 14).

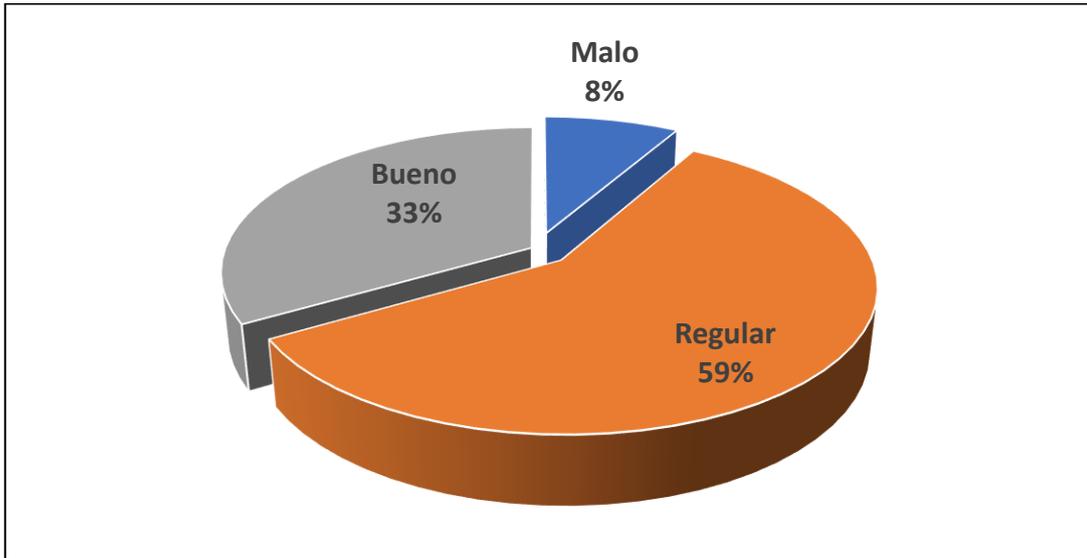
**Tabla 20**

*Nivel de resolución de los funcionarios a mis preguntas planteadas*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Muy Bueno	0	0
Bueno	20	33
Regular	35	60
Malo	5	8

**Figura 14**

*Nivel de resolución de los funcionarios a mis preguntas planteadas*



**c. Seguridad**

En este factor, todos los niveles tienen un porcentaje similar, prevaleciendo la complacencia en un 35 por ciento, la insatisfacción con 33 por ciento y la satisfacción con 32 por ciento. La seguridad indica la capacidad del funcionario para solucionar los problemas de los contribuyentes (Tabla 21, Figura 15).

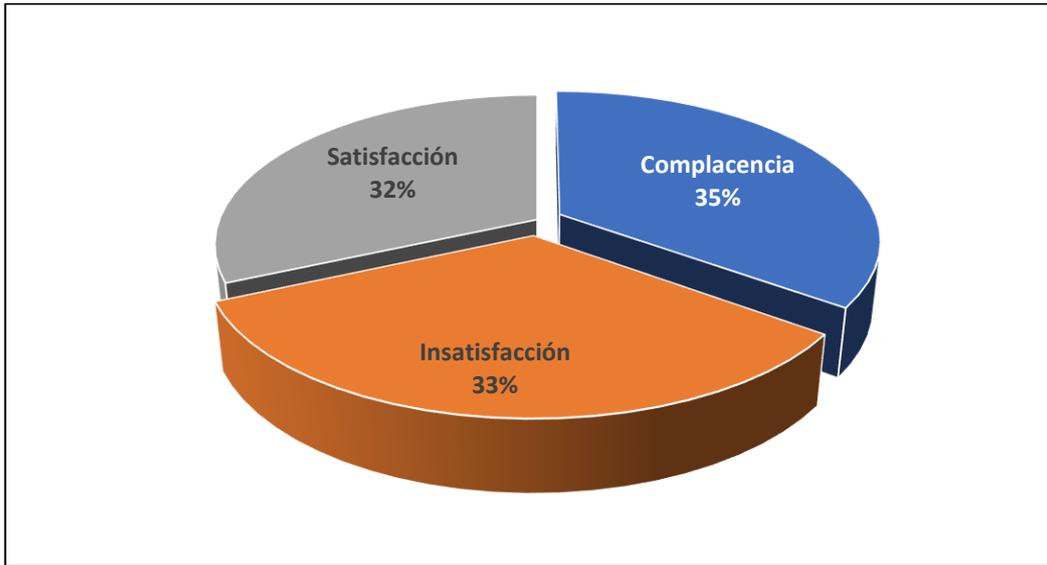
**Tabla 21**

*Nivel de seguridad*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Complacencia	21	35
Satisfacción	19	32
Insatisfacción	20	33

**Figura 15**

*Nivel de seguridad*



- **Indicadores de seguridad**

Los resultados de los indicadores que corresponden a la seguridad se muestran en las siguientes tablas y figuras. Cabe resaltar que en las interpretaciones solo se resalta los porcentajes más altos.

El 57 por ciento de los contribuyentes observó que el nivel de conocimiento que tiene el funcionario para responder a sus preguntas fue regular (Tabla 22, Figura 16).

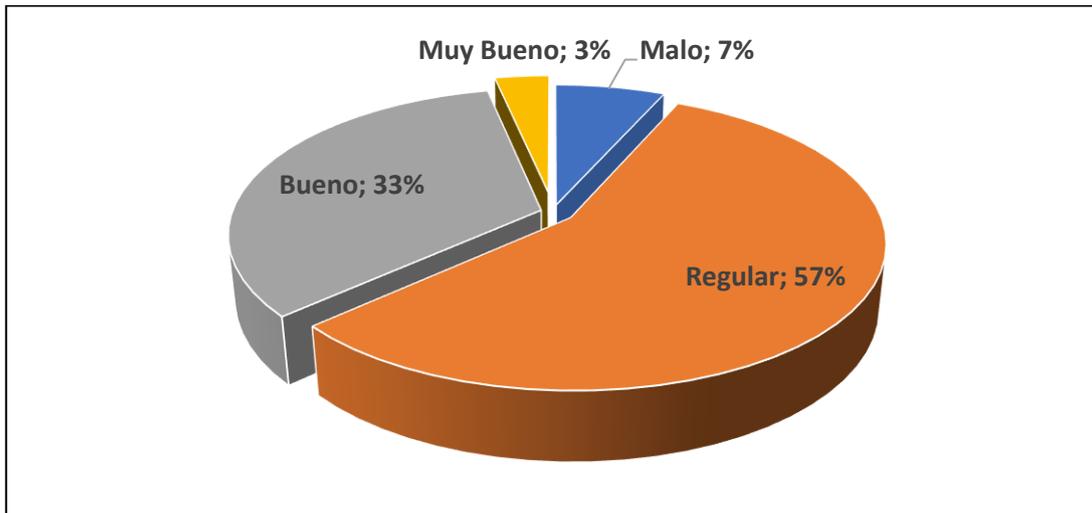
**Tabla 22**

*Nivel de conocimiento que tiene el funcionario para responder a sus preguntas*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Muy Bueno	2	3
Bueno	20	33
Regular	34	57
Malo	4	7

**Figura 16**

*Nivel de conocimiento que tiene el funcionario para responder a sus preguntas*



El 43 por ciento de los contribuyentes observó que el nivel de interés del funcionario en cuanto a la orientación de la resolución de sus problemas fue bueno (Tabla 23, Figura 17).

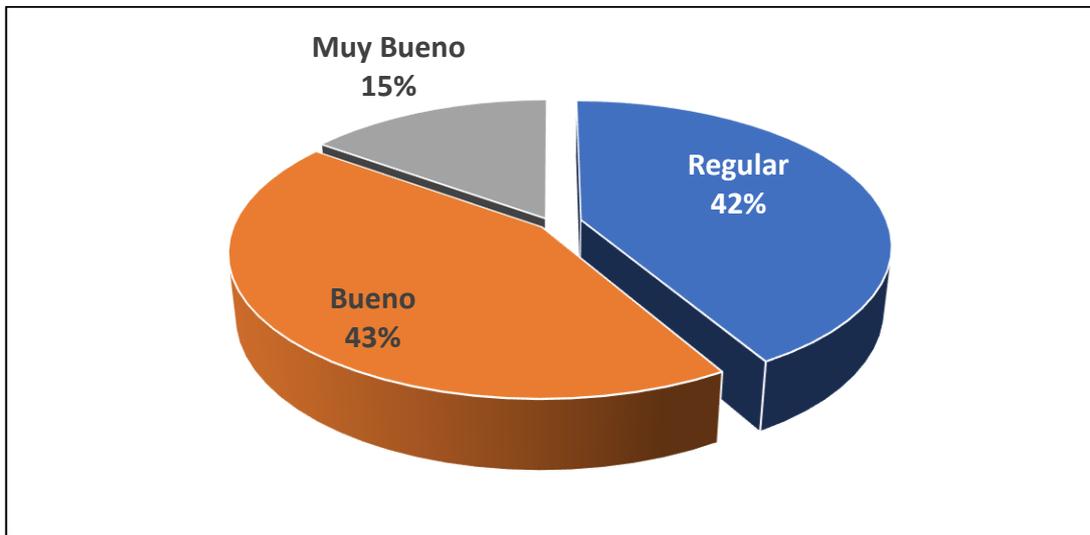
**Tabla 23**

*Nivel del interés del funcionario en cuanto a la orientación de la resolución de sus problemas*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Muy Bueno	9	15
Bueno	26	43
Regular	25	42
Malo	0	0

**Figura 17**

*Nivel del interés del funcionario en cuanto a la orientación de la resolución de sus problemas*



El 47 por ciento de los contribuyentes consideró que el nivel en el que los funcionarios están capacitados y actualizados en atención al público es regular (Tabla 24, Figura 18).

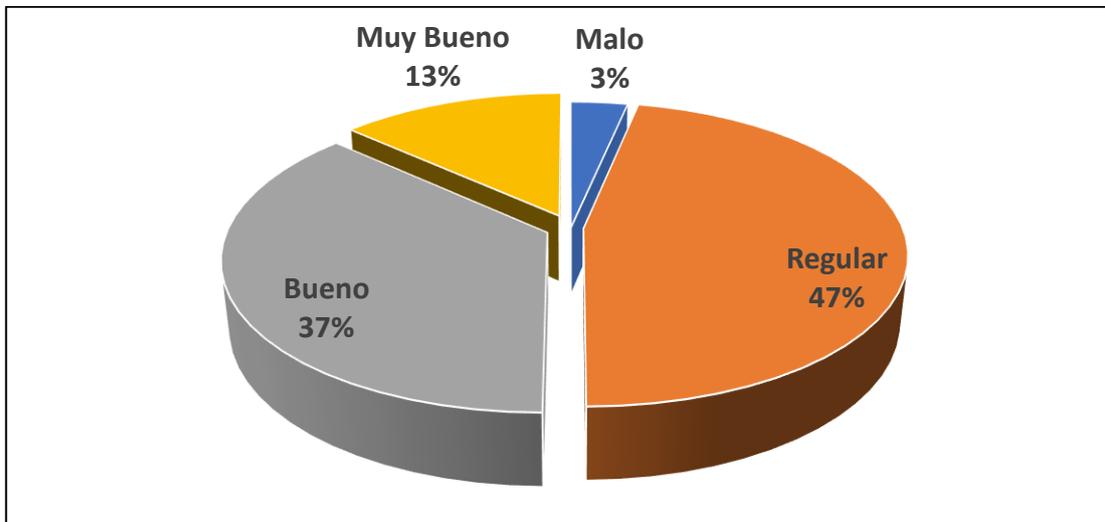
**Tabla 24**

*Nivel en el que consideró que los funcionarios están capacitados y actualizados en atención al público*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Muy Buena	8	13
Buena	22	37
Regular	28	47
Malo	2	3

**Figura 18**

*Nivel en el que consideró que los funcionarios están capacitados y actualizados en atención al público*



**d. Empatía**

La mayoría de los contribuyentes (65 por ciento) salió satisfecho con la empatía brindada por los funcionarios de la CSC Santa Anita. Un 23 por ciento considera que salió complacido y solo el 12 por ciento salió insatisfecho (Tabla 25, Figura 19).

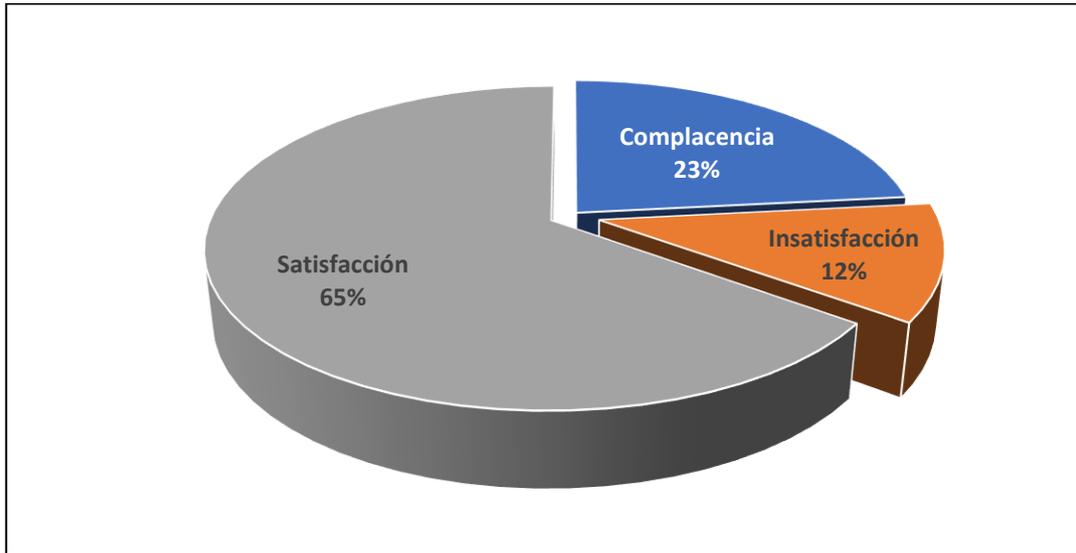
**Tabla 25**

*Nivel de empatía*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Complacencia	14	23
Satisfacción	39	65
Insatisfacción	7	12

**Figura 19**

*Nivel de empatía*



- **Indicadores de empatía**

Los resultados de los indicadores que corresponden a la empatía se muestran en las siguientes tablas y figuras. Cabe resaltar que en las interpretaciones solo se resalta los porcentajes más altos. El 62 por ciento de los contribuyentes observó el nivel en el que la información brindada por el funcionario se adapta a sus necesidades, es regular (Tabla 26, figura 20)

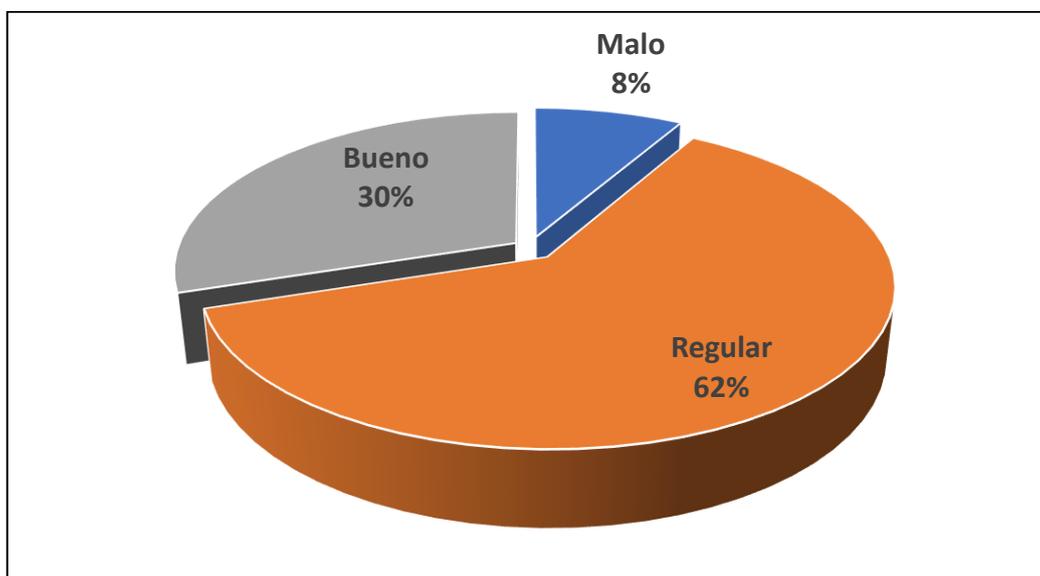
**Tabla 26**

*Nivel en el que la información brindada por el funcionario se adapta a sus necesidades*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Muy Bueno	0	0
Bueno	18	30
Regular	37	62
Malo	18	30

**Figura 20**

*Nivel en el que la información brindada por el funcionario se adapta a sus necesidades*



El 60 por ciento de los contribuyentes observó que el nivel en el que el funcionario le da todas las indicaciones necesarias para evitar posteriores problemas es regular (Tabla 27, Figura 21).

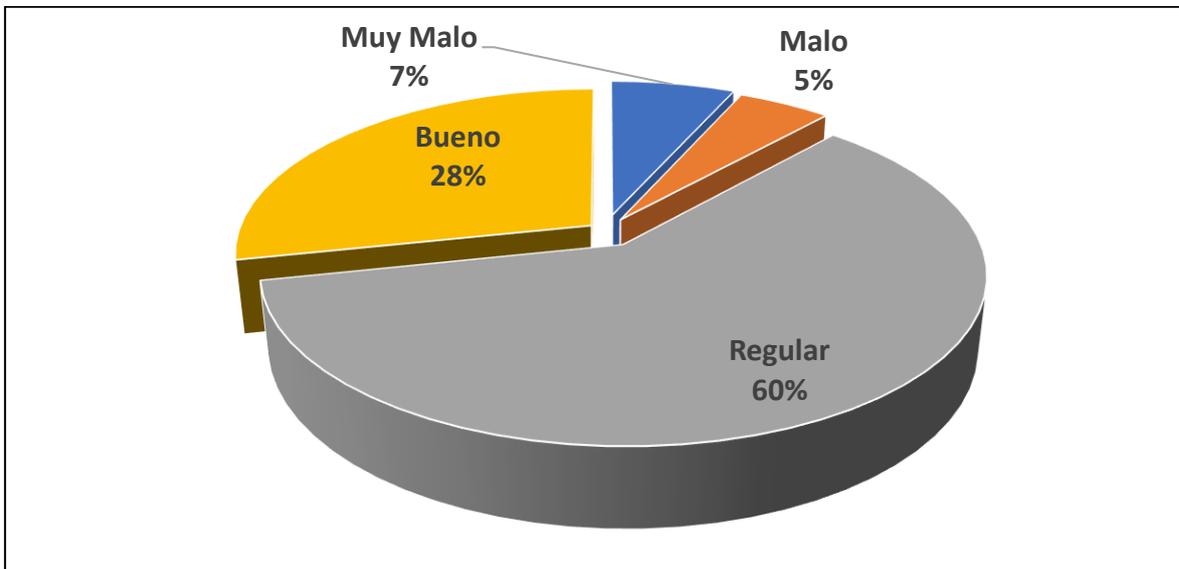
**Tabla 27**

*Nivel en el que el funcionario le da todas las indicaciones necesarias para evitar posteriores problemas*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Muy Bueno	4	7
Bueno	17	28
Regular	36	60
Malo	3	5

**Figura 21**

*Nivel en el que el funcionario le da todas las indicaciones necesarias para evitar posteriores problemas*



El 62 por ciento de los contribuyentes observó que el nivel en el que los funcionarios dan respuestas efectivas a sus problemas y necesidades es regular (Tabla 28, figura 22).

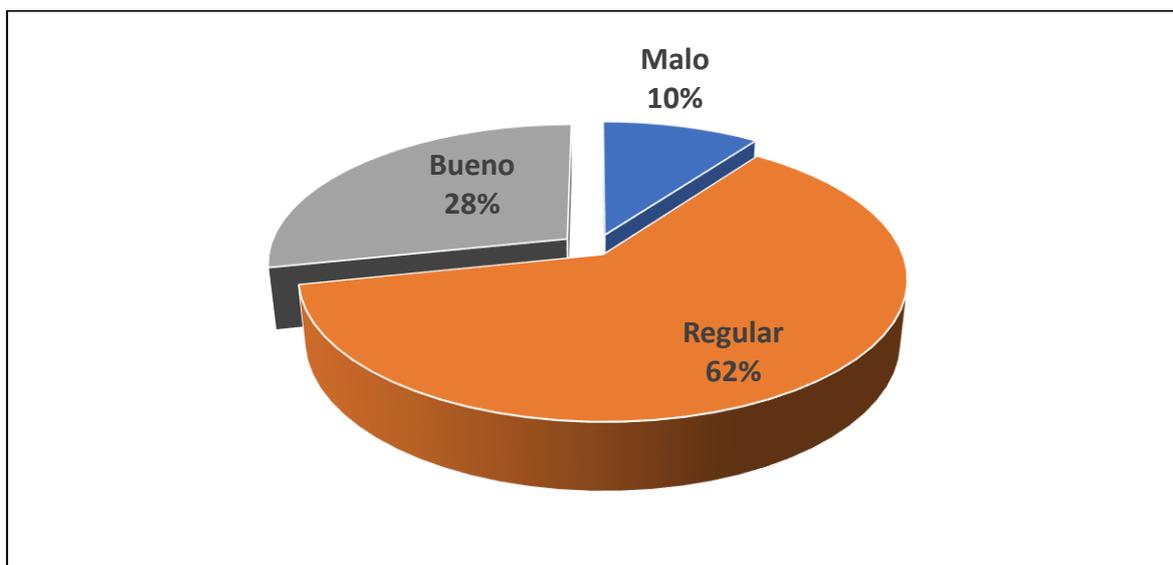
**Tabla 28**

*Nivel en el que los funcionarios dan respuestas efectivas a sus problemas y necesidades*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Muy Bueno	0	0
Bueno	17	28
Regular	37	62
Malo	6	10

**Figura 22**

*Nivel en el que los funcionarios dan respuestas efectivas a sus problemas y necesidades*



**e. Elementos tangibles**

La mayoría de los contribuyentes (48 por ciento) estuvieron satisfechos con las instalaciones, equipos y folletos con los que cuenta la CSC Santa Anita. Un 45 resultó complacido y solo el 4 por ciento resultó insatisfecho (Tabla 29, Figura 23).

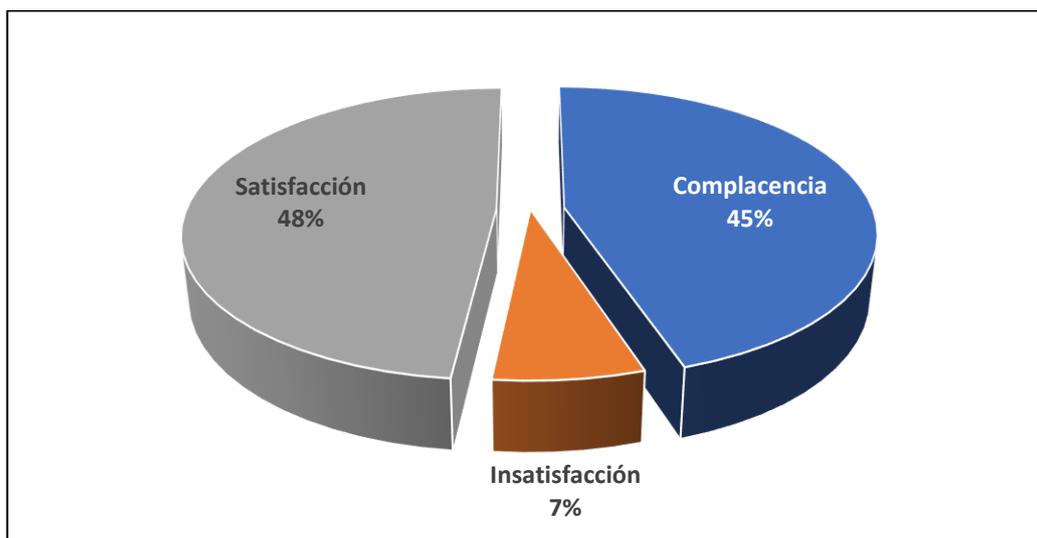
**Tabla 29**

*Calificación de los elementos tangibles*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Complacencia	27	45
Satisfacción	29	48
Insatisfacción	4	7

**Figura 23**

*Calificación de los elementos tangibles*



- **Indicadores de elementos tangibles**

Los resultados de los indicadores que corresponden a los elementos tangibles se muestran en las siguientes tablas y figuras. Cabe resaltar que en las interpretaciones solo se resalta los porcentajes más altos.

El 55 por ciento de los contribuyentes calificaron a las instalaciones de SUNAT, en un nivel muy bueno (Tabla 30, Figura 24).

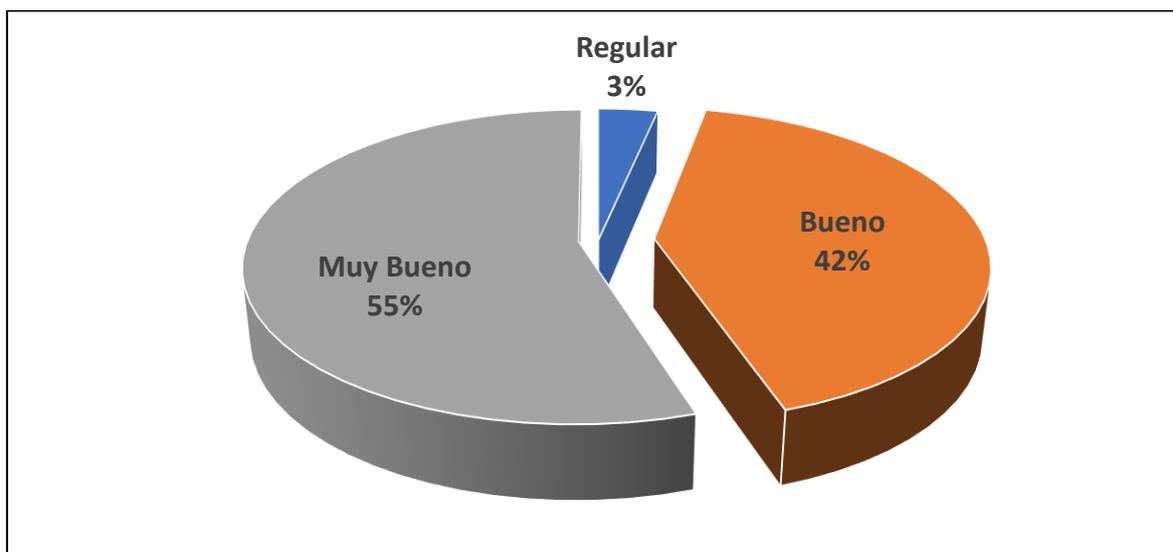
**Tabla 30**

*Nivel en el que califica las instalaciones de SUNAT*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Muy Bueno	33	55
Bueno	25	42
Regular	2	3
Malo	0	0

**Figura 24**

*Nivel en el que califica las instalaciones de SUNAT*



El 50 por ciento de los contribuyentes calificaron a la modernidad de los equipos de SUNAT, en un nivel bueno (Tabla 31, Figura 25).

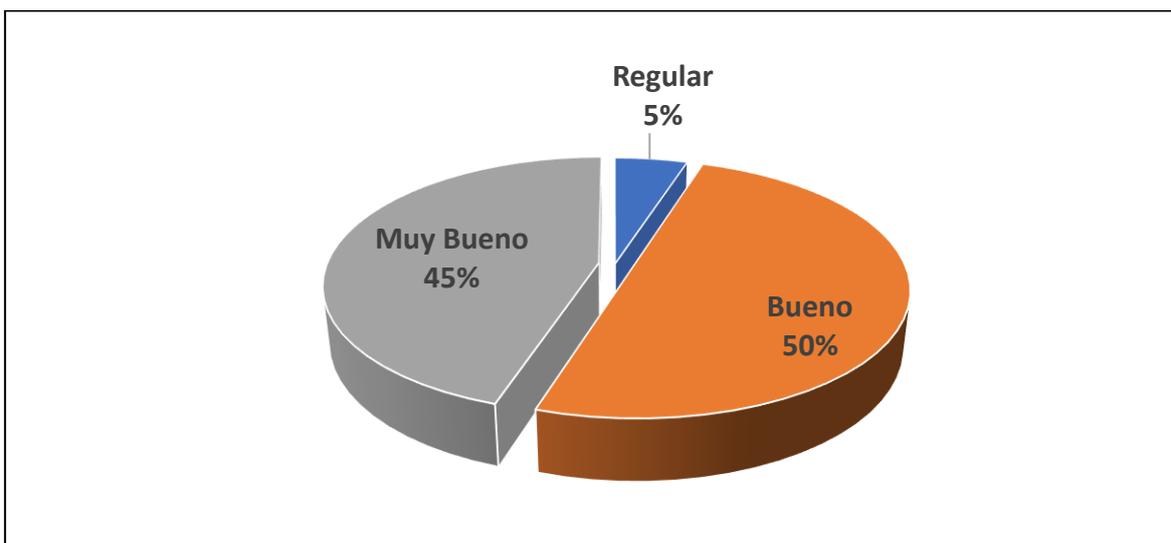
**Tabla 31**

*Nivel en el que califica la modernidad de los equipos de SUNAT*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Muy Bueno	27	45
Bueno	30	50
Regular	3	5
Malo	0	0

**Figura 25**

*Nivel en el que califica la modernidad de los equipos de SUNAT*



El 60 por ciento de los contribuyentes calificaron la información de los elementos materiales de SUNAT, en un nivel bueno (Tabla 32, Figura 26).

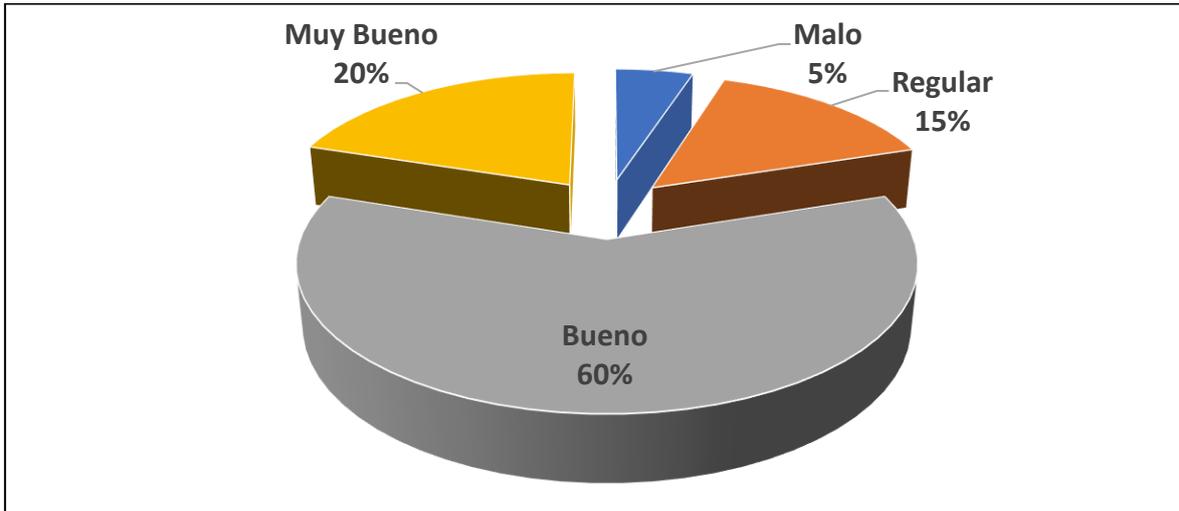
**Tabla 32**

*Nivel en el que califica la información de los elementos materiales de SUNAT*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Muy Bueno	12	20
Bueno	36	60
Regular	9	15
Malo	3	5

**Figura 26**

*Nivel en el que califica la información de los elementos materiales de SUNAT*



#### **4.1.4. Correlaciones entre factores**

En la tabla 33 se muestra las correlaciones entre la satisfacción del contribuyente y cada factor, en el cual la confiabilidad y la capacidad de respuesta muestran las mayores correlaciones con 0,94 y 0,92 respectivamente. Similares resultados se tienen en los factores con mayores porcentajes de insatisfacción, los cuales están empatados con un 45 por ciento (datos extraídos de la Tabla 6).

**Tabla 33**

*Correlaciones entre los factores y satisfacción del contribuyente y porcentaje de contribuyentes insatisfechos*

	<b>Satisfacción del contribuyente</b>	<b>% de contribuyentes insatisfechos</b>
Capacidad de respuesta	0,92	45%
Confiabilidad	0,94	45%
Seguridad	0,67	33%
Empatía	0,89	12%
Elementos tangibles	0,44	7%

Asimismo, en la tabla 34 se muestra los pares de correlaciones entre los factores más determinantes de la satisfacción al contribuyente.

Todas se correlacionan positivamente, sin embargo, la correlación más fuerte se encuentra entre la confiabilidad y la capacidad de respuesta ( $r = 0,874$ ). En segundo lugar, está la correlación entre la capacidad de respuesta y la seguridad ( $r = 0,606$ ). Finalmente ello evidencia que la capacidad de respuesta y la confiabilidad serán los dos factores de mayor atención en la propuesta de mejora desarrollada en adelante.

**Tabla 34**

*Correlaciones entre los pares de factores determinantes de la satisfacción laboral*

	<b>Capacidad de respuesta</b>	<b>Confiabilidad</b>	<b>Seguridad</b>
Capacidad de respuesta	1	0,874	0,606
Confiabilidad	0,874	1	
Seguridad	0,606	0,595	1

#### **4.1.5. Propuesta de mejora**

##### **4.1.5.1. Organización interna**

Las mejoras en la organización en el CSC Santa Anita, implica que el jefe de sección, responsable del equipo de funcionarios, se enfoque en la mejora de atención al contribuyente en la Gerencia de Administración Tributaria haciendo el monitoreo correspondiente levantando información periódica hacia su jefe inmediato. Adicional a ello se plantea la contratación temporal de un analista de datos.

##### **4.1.5.2. Planeamiento estratégico**

Se plantea realizar evaluaciones mensuales de cumplimiento de las mejoras, manteniendo la objetividad del monitoreo a través de sustentos cuantitativos en la medición de los indicadores, resaltando el proceso de mejora de atención al contribuyente.

##### **4.1.5.3. Rediseño del procedimiento de atención**

En vista de que no hay suficiente personal para atención y que la gran mayoría de contribuyentes no están conformes con los horarios de atención de SUNAT, el rediseño en cuanto a mejorar la capacidad de respuesta de la CSC Santa Anita se enfoca en aumentar la rapidez de atención del funcionario, el cual a su vez disminuye el tiempo que esperan los contribuyentes en cola. A continuación, se muestra el proceso de atención anterior y

posterior (Tabla 35).

**Tabla 35**

*Proceso de atención anterior y posterior*

<b>Proceso anterior</b>	<b>Proceso posterior</b>
a. Los contribuyentes hacen cola con poco conocimiento de lo que deben solicitar exactamente al funcionario.	a. Los contribuyentes hacen cola con poco conocimiento de lo que deben solicitar exactamente al funcionario.
b. Se les asigna ticket de acuerdo a lo que solicitan, clasificándolos hacia el área de trámites, cabina u orientación.	b. En la misma cola, se consulta a cada contribuyente sobre su necesidad y se les asigna correctamente el ticket correspondiente.
c. El funcionario atiende al contribuyente si este se encuentra en el área correcta, de lo contrario lo envía a la otra área correspondiente.	

La mejora en la capacidad de respuesta al contribuyente también implica la implementación de los canales de atención agilizando los trámites, atendiendo a grupos vulnerables y mejorando la experiencia del contribuyente en cuanto al acceso a la información. Es importante la implementación de canales de atención telefónica y virtual mediante las tecnologías de la información (TIC) que les permitan realizar actividades en línea sin la necesidad que el contribuyente se acerque al CSC San Anita.

#### **4.1.5.4. Conocer y educar al contribuyente**

Conocer al contribuyente es sumamente importante para orientar la atención y generar confianza. Este es otro de los puntos que la presente propuesta indica mejorar ya que los contribuyentes sienten que se están comprendiendo sus necesidades específicas y que, por tanto, el nivel de resolución a sus preguntas planteadas es deficiente.

En ese sentido es fundamental agrupar a los contribuyentes de acuerdo con ciertos criterios como monto de deuda o tipo de contribuyente, y en función a ello determinar mejoras en la calidad de atención. Asimismo, es necesario educar al contribuyente organizando charlas en las que se desarrolle los temas más consultados como las declaraciones de renta.

#### **4.1.5.5. Perfil del personal de atención (los funcionarios)**

En cuanto al tema de mejorar la seguridad que implica elevar el nivel de conocimiento y actualización de los funcionarios para responder a las preguntas de los contribuyentes. Es necesario contar con personal que tenga las competencias necesarias para desarrollar sus actividades con eficiencia y efectividad, para lo cual se plantea:

- Capacitar a los funcionarios en el desarrollo de sus capacidades hacia nuevos conocimientos y herramientas para un desempeño óptimo en su labor.
- Capacitarlos sobre los temas más consultados en el mes.
- Realizar reuniones mensuales para validar cuáles son los temas más consultados y recoger a la vez sus propuestas de mejoras como uniformizar sus respuestas ante las preguntas más frecuentes de los contribuyentes.
- Dar Incentivos y premios al mejor trabajador en las áreas de atención.

#### **4.1.5.6. Aplicar modelo de pronóstico para monitorear la satisfacción del contribuyente**

Después de haber tomado acciones para corregir las falencias en los procesos, se hace necesario medir cómo mejora el servicio de atención al contribuyente por lo que, en este último paso, se elabora y aplica un modelo de pronóstico de la satisfacción del contribuyente enfocado solo en los dos factores más determinantes: capacidad de respuesta y confiabilidad. Este modelo sería un indicador de gestión por resultados.

Este modelo pronostica la probabilidad que un cliente quede insatisfecho, satisfecho o muy satisfecho. Su aplicación implica el siguiente procedimiento:

- a. Aplicar encuestas con una frecuencia de cada dos días durante un mes. Las encuestas solo deben tener los ítems de los factores capacidad de respuesta y confiabilidad.
- b. Ingresar los datos recopilados al algoritmo
- c. Evaluar e interpretar las probabilidades de satisfacción de todo el bloque de encuestados en un día.
- d. Retroalimentar las mejoras que se vienen realizando.

Ejemplo:

Se encuestó a 60 personas en un día y se tiene como resultados, las siguientes probabilidades del nivel de satisfacción:

**Tabla 36***Probabilidades de los niveles de satisfacción del contribuyente*

<b>N</b>	<b>Complacencia</b>	<b>Satisfacción</b>	<b>Insatisfacción</b>
1	0.194	0.263	0.543
2	0.181	0.253	0.566
3	0.329	0.396	0.276
4	0.256	0.342	0.402
5	0.140	0.204	0.656
6	0.455	0.468	0.077
7	0.354	0.423	0.223
8	0.329	0.396	0.276
9	0.299	0.385	0.315
10	0.343	0.400	0.257
11	0.194	0.263	0.543
12	0.358	0.403	0.239
13	0.455	0.468	0.077
14	0.368	0.426	0.207
15	0.396	0.428	0.177
16	0.255	0.320	0.425
17	0.255	0.320	0.425
18	0.354	0.423	0.223
19	0.486	0.465	0.049
20	0.343	0.400	0.257
21	0.488	0.454	0.058
22	0.255	0.320	0.425
23	0.455	0.468	0.077
24	0.477	0.459	0.064
25	0.409	0.428	0.163
26	0.343	0.400	0.257
27	0.285	0.357	0.358
28	0.140	0.204	0.656
29	0.299	0.385	0.315
30	0.455	0.468	0.077
31	0.256	0.342	0.402
32	0.240	0.312	0.449
33	0.358	0.403	0.239
34	0.443	0.458	0.099
35	0.440	0.442	0.117
36	0.396	0.428	0.177
37	0.488	0.454	0.058
38	0.440	0.442	0.117
39	0.455	0.454	0.091
40	0.299	0.385	0.315
41	0.396	0.428	0.177
42	0.343	0.400	0.257
43	0.419	0.463	0.118
44	0.314	0.391	0.295

<b>N</b>	<b>Complacencia</b>	<b>Satisfacción</b>	<b>Insatisfacción</b>
45	0.476	0.470	0.054
46	0.329	0.396	0.276
47	0.285	0.357	0.358
48	0.240	0.312	0.449
49	0.402	0.447	0.151
50	0.443	0.458	0.099
51	0.419	0.463	0.118
52	0.466	0.451	0.083
53	0.455	0.468	0.077
54	0.382	0.427	0.191
55	0.358	0.403	0.239
56	0.256	0.342	0.402
57	0.396	0.428	0.177
58	0.455	0.468	0.077
59	0.225	0.303	0.472
60	0.428	0.445	0.128
<b>Promedio</b>	<b>0.354</b>	<b>0.397</b>	<b>0.249</b>

Interpretación: La probabilidad promedio de la categoría “complacencia” es del 35 por ciento, es decir, solo 21 personas de 60 habrían superado sus expectativas de la calidad de atención.

#### **4.1.5.7. Capacitaciones por parte de SUNAT**

El jefe de sección puede gestionar junto a sus otros colegas de las otras sedes más cercanas, un programa de capacitación a los funcionarios donde se presenten capacitaciones dirigidas por los especialistas que las autoridades de SUNAT envíe.

Es vital capacitar y uniformizar la calidad de atención a nivel de todos los locales, ya que el contribuyente tiene un concepto de SUNAT a nivel general y no por sedes.

## **4.2. Discusiones**

El objetivo general de este estudio fue identificar los factores que determinaron en mayor grado, la satisfacción del contribuyente en el CSC Santa Anita en el 2016 y presentar una propuesta de mejora. En el presente trabajo los factores que más determinaron el nivel de satisfacción fueron la capacidad de respuesta, la fiabilidad y la seguridad. En efecto, el contribuyente mide su satisfacción a través de la capacidad de respuesta de la persona que lo atiende, el cual es uno de indicadores de la calidad de atención tal como lo menciona

(García, 2021). Asimismo, Moliner y Fuentes (2011) abordar la satisfacción de una persona desde la perspectiva afectiva y cognitiva, los cuales se pueden relacionar con la fiabilidad y seguridad, respectivamente. Por otro lado, Morillo y Morillo (2016) indican que la insatisfacción de un cliente se produce cuando el rendimiento percibido del servicio es inferior a las expectativas del cliente.

Respecto a los resultados del primer objetivo específico, se halló que el 42 por ciento de los contribuyentes calificó la satisfacción percibida en un nivel medio. Millones (2010) señaló que este nivel de valoración media, se da cuando el rendimiento percibido del servicio se ajusta a las expectativas del cliente, mas no las supera. En ese sentido, Kotler (2006), como se citó en Martínez et al. (2022), indicó que es importante crear una relación a largo plazo con el cliente, en este caso con el contribuyente, es decir, la SUNAT debe mostrar que mantiene un compromiso con ellos y que eso se manifiesta en la atención que recibe cada contribuyente.

Detallando los factores que hicieron que la satisfacción percibida tuviera un nivel medio, se tiene a la capacidad de respuesta. Esta fue considerada en un nivel bajo por el 45 por ciento de los contribuyentes encuestados debido al bajo nivel de rapidez de atención por el funcionario manifestado en la lentitud del funcionario e insuficiente personal existente en la sede, lo cual concuerda con Clemenza et al. (2010) quienes señalan que la capacidad de respuesta o responsabilidad se refiere a la disposición para asistir a los clientes y proporcionar o abordar las solicitudes, consultas, quejas y problemas con prontitud.

Otro factor determinado fue la fiabilidad, ya que el 45 por ciento de los encuestados la calificó con un nivel bajo. Esto significa que el usuario o cliente no percibe una buena imagen de la entidad. Los contribuyentes no están satisfechos con el nivel de amabilidad ni la confianza. A esto se suma la mala percepción que tienen de la sección "Orientación al Contribuyente", que no comprende las necesidades específicas del contribuyente en su totalidad. Mejías et al. (2012) consideran que la fiabilidad es la capacidad o habilidad de la organización para llevar a cabo el servicio prometido con formalidad y exactitud por lo que se debe prestar el servicio correctamente desde el primer momento. Además, que esto incluye los elementos que permiten al cliente percibir la capacidad y el conocimiento profesional de la organización.

Finalmente, respecto al factor seguridad, el 33 por ciento de los contribuyentes se encuentra insatisfecho. Esto se debe a que perciben un bajo nivel de conocimiento y poco interés por parte del funcionario en responder a sus preguntas o guiarles en el proceso. Esto puede deberse a que el personal no está capacitado y actualizado en la atención al cliente. Clemenza et al. (2010) consideran que la seguridad implica que el cliente pone sus problemas en manos de la organización y se siente seguro de que serán resueltos de la mejor manera posible. A su vez, la seguridad implica credibilidad, integridad y honestidad.

Por otro lado, respecto a los resultados del segundo objetivo específico, el desarrollo de un plan de mejora de la calidad del servicio al cliente ayudará a conseguir cambios significativos y permitirá obtener mejores resultados para la organización. En consecuencia, habrá una mejor puntuación en la satisfacción del contribuyente. Cabe destacar que la influencia de la calidad del servicio incide significativamente en la satisfacción del contribuyente (Morales y Febres, 2021). Sin embargo, las exigencias de los contribuyentes por un servicio de calidad irán incrementándose conforme la CSC Santa Anita vaya mejorando, las evaluaciones de los indicadores del grado de satisfacción si bien es cierto, contribuyen a tomar decisiones, no pueden ser el único criterio a tomar en cuenta ya que, los resultados no siempre dependen de la calidad efectiva de atención, sino también de las expectativas con las que vienen los contribuyentes (MEF, 2015)

## **V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **5.1. Conclusiones**

#### **5.1.1. Conclusión general**

Se identificó que los factores que más determinaron la satisfacción del contribuyente en el CSC Santa Anita en el 2016 fueron la capacidad de respuesta, la confiabilidad y la seguridad. Asimismo, se presentó una propuesta de mejora con el propósito de mejorar el nivel de satisfacción del usuario.

#### **5.1.2. Conclusiones específicas**

- El 28 por ciento de los contribuyentes del CSC Santa Anita calificó la atención de dicha sede de SUNAT, como insatisfecho. Esto se debió a que el 45% de los contribuyentes estuvo insatisfecho con la capacidad de respuesta y también con la confiabilidad.
- El plan de mejora para la atención del contribuyente en el CSC Santa Anita se diseñó principalmente para elevar los niveles de capacidad de respuesta y confiabilidad. Se propuso realizar evaluaciones mensuales en relación con el cumplimiento de las mejoras, manteniendo la objetividad del seguimiento mediante el apoyo cuantitativo en la medición de los indicadores, destacando el proceso de mejora del servicio al contribuyente.

### **5.2. Recomendaciones**

- Considerando las conclusiones anteriores, donde se determinó que 28 por ciento de contribuyentes se encontraban insatisfechos con el servicio prestado en el CSC Santa Anita, se recomienda que la unidad orgánica que corresponda al jefe de sección, realice las gestiones necesarias para la implementación de la propuesta de mejora

planteada en el capítulo 4.1.5.

- Se recomienda de forma urgente, que el jefe de sección gestione con SUNAT, un programa de capacitación para los empleados del centro de atención enfocado en aumentar el nivel de rapidez de atención (capacidad de respuesta), aumentar el nivel de confiabilidad y el nivel de conocimiento de los funcionarios (seguridad).
- Se recomienda realizar un análisis periódico del nivel de satisfacción del contribuyente recopilando información en diferentes días de la semana durante un mes completo, y replicado en tres meses diferentes del año. Para la elección de los días de la semana, se recomienda integrar los días de mayor afluencia y menor afluencia de contribuyentes; y de forma análoga se recomienda para la elección de los meses del año.
- Para futuras investigaciones relacionadas al tema de la satisfacción del contribuyente, se recomienda complementar el análisis cuantitativo con un análisis cualitativo que implique la observación detenida y detallada del comportamiento del contribuyente durante el proceso de atención. El análisis cualitativo puede integrar la formulación de una entrevista semiestructura a unas 3 personas en cada evaluación.
- Se recomienda realizar una investigación más amplia que integre los Centros de Servicios al Contribuyente de los distritos de Lima y Callao con el fin de estandarizar la atención y dar una mejor imagen institucional a SUNAT.

## VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, D., Boggiano, C. y Coello, L. (2019). *Propuesta de mejora de la información y de la gestión del procedimiento contencioso tributario en la SUNAT a través de las tecnologías de la información y comunicación* [Tesis de Maestría, Universidad del Pacífico]. <http://repositorio.up.edu.pe/handle/11354/2355>
- Aguilar-Morales, J. y Vargas-Mendoza, J. (2010). *Servicio al cliente*. Asociación Oaxaqueña de Psicología A.C. [https://www.academia.edu/25738912/SERVICIO\\_AL\\_CLIENTE](https://www.academia.edu/25738912/SERVICIO_AL_CLIENTE)
- Begazo, J. (2006). ¿Cómo medimos el servicio?. *Gestión En El Tercer Milenio*, 9(18), 73–81. <https://doi.org/10.15381/gtm.v9i18.9227>
- Beltrán, L., González, E., Lizardi, M., y Portugal, J. (2008). Servqual: Evaluación de la calidad en el servicio en las áreas de catastro e ingresos del H. Ayuntamiento de Cajeme. *El Buzón de Pacioli*
- Benavente, J. (2019). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Centro de Servicios al Contribuyente SUNAT Puno 2018* [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional del Altiplano]. <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/12172>
- Bendezú. (2016). *Calidad de Servicios y Satisfacción Del Contribuyente Sunat Huanuco 2016* [Tesis de Licenciatura, Universidad de Huánuco]. <https://1library.co/document/q5nn6w7q-calidad-de-servicios-y-satisfaccion-del-contribuyente-sunat-huanuco-2016.html>
- Bertram, D. (s/f). *Likert Scales - Are the meaning of life* [Archivo PDF]. [http://www.performancezoom.com/performancezoom\\_fichiers/likert.gif](http://www.performancezoom.com/performancezoom_fichiers/likert.gif)
- Bustamante, M., Zerda-Barreno, E., Obando, F. y Tello-Sánchez, M. (2019). Fundamentos de calidad de servicio, el modelo Servqual. *Revista Empresarial*, 13(2), 1–15. <https://doi.org/10.23878/empr.v13i2.001>
- Caicay, T. (2017). *Dimensiones de la calidad de servicio que influyen en la reputación corporativa de las empresas courier en Lima* [Tesis de Licenciatura, Universidad San Ignacio de Loyola]. <https://repositorio.usil.edu.pe/handle/usil/2651>

- Clemenza, C., Gotera, A. y Araujo, R. (2010). Calidad de los Servicios prestados por el Servicio Autónomo Municipal de Administración Tributaria. *Revista Venezolana de Gerencia*, 15(49), 103–124.  
[http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1315-99842010000100007&lng=es&nrm=iso&tlng=es](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842010000100007&lng=es&nrm=iso&tlng=es)
- Diario Gestión. (17 de octubre de 2016). ¿Cuáles son las principales barreras y desafíos de la gestión pública?. *Diario Gestión*. <https://gestion.pe/tendencias/management-empleo/son-principales-barreras-desafios-gestion-publica-148291-noticia/?foto=2>
- Duque, E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 15(25), 64–80.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81802505>
- Escobar, M. y Mosquera, A. (2013). El marco conceptual relacionado con la calidad: una torre de Babel. *International Journal of Project Management*, 29(50), 207–2016.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=225029797010>
- Estrella, C. (2018). *Calidad del servicio en el centro de servicio al contribuyente Sunat - Ate - 2016* [Tesis de Maestría, Universidad César Vallejo].  
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/30888>
- Flórez, C., Sanabria, P. y Romero, V. (2014). El concepto de calidad en las organizaciones: una aproximación desde la complejidad. *Universidad & Empresa*, 16(27), 165–213.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=187241606007>
- García, A. (2006). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. *TELOS. Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 18(3), 381–398.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5655321>
- García, C., Rupaila, V. y Seminario, C. (2017). *Factores claves para mejorar la calidad del servicio al cliente en las municipalidades de Lima Metropolitana Item Type info:eu-repo/semantics/bachelorThesis* [Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/621965>
- García, L. (2021). *Determinación de factores influyentes en la satisfacción del cliente* [Tesis de Licenciatura, Universidad Militar Nueva Granada].  
<https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/40084>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Mc Graw-Hill. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Ibarra, L. y Casas, E. (2015). Aplicación del modelo Servperf en los centros de atención Telcel, Hermosillo: una medición de la calidad en el servicio. *Contaduría y Administración*, 60(1), 229–260.

- [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0186-10422015000100010&lng=es&nrm=iso&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422015000100010&lng=es&nrm=iso&tlng=es)
- Lara, J. (2002). La gestión de la calidad en los servicios. *Conciencia Tecnológica*, (19).  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=94401905>
- Martínez, E., Licon, J. y Rivera, P. (2022). Importancia del servicio al cliente como factor de preferencia comercial en una pyme. *Revista de Investigación Académica Sin Frontera: División de Ciencias Económicas y Sociales*, 37, 17–17.  
<https://doi.org/10.46589/RDIASF.VI37.463>
- Matsumoto, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *Revista Perspectivas*, 34, 181–209.  
[http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1994-37332014000200005&lng=es&nrm=iso&tlng=es](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332014000200005&lng=es&nrm=iso&tlng=es)
- Mejía, T. (27 de agosto de 2020). *Investigación descriptiva: características, técnicas, ejemplos*. Liferder. <https://www.liferder.com/investigacion-descriptiva/>
- Mejías, A., Godoy, E. y Piña, R. (2012). An application of the American Customer Satisfaction Index (ACSI) in the Jordanian mobile phone sector. *TQM Journal*, 24(6), 529–541. <https://doi.org/10.1108/17542731211270098>
- Melendez, T. (2018). *Satisfacción al usuario en el Servicio de Rentas Internas, Agencia Babahoyo* [Tesis de Licenciatura, Universidad Técnica de Babahoyo].  
<http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/4754>
- Méndez, S. (2019). *Análisis de la calidad del servicio del Departamento de Asistencia al Contribuyente del Servicio de Rentas Internas y la satisfacción del usuario externo en la ciudad de Guayaquil*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/13225>
- Millones, P. (2010). *Medición y control del nivel de satisfacción de los clientes en un supermercado* [Tesis de Licenciatura, Universidad de Piura].  
[https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1233/ING\\_479.pdf](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1233/ING_479.pdf)
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2015). *Manuales para la mejora de la recaudación del impuesto predial. Manual N°2: Atención al contribuyente*.  
[https://www.mef.gob.pe/contenidos/presu\\_public/migl/metadatos/2\\_Atencion\\_al\\_contribuyente.pdf](https://www.mef.gob.pe/contenidos/presu_public/migl/metadatos/2_Atencion_al_contribuyente.pdf)
- Moliner, B. y Fuentes, M. (2011). Causas y consecuencias de la insatisfacción en consumidores con atribuciones externas. *Cuadernos de Gestión*, 11(1), 37–58.  
<https://doi.org/10.5295/cdg.100165bm>
- Montoya, C. y Boyero, M. (2013). El CRM como herramienta para el servicio al cliente en

- la organización. *Revista Científica "Visión de Futuro"*, 17(1), 130–151.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=357935480005>
- Moreno, M. (2009). La calidad en el servicio y la satisfacción del usuario en instituciones financieras del municipio Libertador del estado Mérida. *Economía*, (27), 199-223.  
[http://iies.faces.ula.ve/Revista/Articulos/Revista\\_27/Pdf/Rev27Morillo.pdf](http://iies.faces.ula.ve/Revista/Articulos/Revista_27/Pdf/Rev27Morillo.pdf)
- Morales, S. y Febres, A. (2021). *La calidad de servicio y su influencia en la satisfacción de los contribuyentes del área de OFAC del SATT, año 2020* [Tesis de Licenciatura, Universidad Privada Antenor Orrego].  
<https://repositorio.upao.edu.pe/handle/20.500.12759/7844>
- Muñoz, M. (2009). *Motivación, satisfacción laboral, liderazgo y su relación con la calidad del servicio en el Hospital Mario Muñoz Monroy Matanzas, Cuba en el periodo 2010*. [Tesis Doctoral]
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. y Berry, L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 50.  
<https://doi.org/10.2307/1251430>
- PCM. (2021). *Norma Técnica para la Gestión de la Calidad de Servicios en el Sector Público*.  
<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2230463/Norma%20Técnica.pdf>
- Phang, C. (2020). *Calidad de servicio de atención percibida por contribuyentes de una institución pública, departamento de Lambayeque, octubre 2019 - enero 2020* [Tesis de Maestría, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo].  
<http://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/3027>
- Ramírez, A. (2017). Servqual o Servperf: ¿otra alternativa? *Sinapsis*, 9(1), 59–63.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6172070&info=resumen&idioma=SPA>
- Robalino, P. (2018). *Aplicación del modelo SERVQUAL para medir la satisfacción en la atención al contribuyente en la agencia sur del Servicio de Rentas Internas de la ciudad de Quito durante el periodo 2016* [Tesis de maestría, Universidad Técnica Particular de Loja]. <https://dspace.utpl.edu.ec/handle/20.500.11962/22256>
- Silva-Treviño, J., Macías-Hernández, B., Tello-Leal, E. y Delgado-Rivas, J. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *CienciaUAT*, 15(2), 85–101. <https://doi.org/10.29059/CIENCIAUAT.V15I2.1369>
- Suárez, R. (2015). *El nivel de calidad de servicio de un centro de idiomas aplicando el modelo Servqual caso: Centro de idiomas de la Universidad Nacional del Callao*

- periodo 2011 - 2012* [Tesis de Maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/4264>
- Torres, K., & Cartolin, C. (2018). *La calidad de servicio y la satisfacción de los contribuyentes del servicio de administración tributaria de Huancayo - 2016* [Tesis de grado, Universidad Nacional del Centro del Perú]. <https://repositorio.uncp.edu.pe/handle/20.500.12894/5416>
- Thompson, I. (2006). *Características de los servicios*. Mercadotecnia de Servicios. <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia-servicios/caracteristicas-servicios.html>
- Trujillo, B. (2022). *Aplicación del modelo Servqual para medir la calidad en el servicio de la empresa Serpost* [Tesis de grado, Universidad San Ignacio de Loyola]. <https://repositorio.usil.edu.pe/items/b2fa07e6-bcfd-47d0-b07a-86c23350e862>
- Urbina, F. (2014). *Calidad del servicio que brindan los funcionarios de orientación al contribuyente de la Intendencia Regional La Libertad - Sunat Trujillo y su influencia en la satisfacción del usuario, en el periodo 2013* [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de Trujillo]. <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/761>
- Valdera, F. (2020). *Satisfacción del usuario en una Municipalidad de la Provincia de Ferreñafe 2019* [Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán]. <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/6737>
- Verde, H., Castañeda, J., Meléndez, J., Gómez, R. y Tapia, C. (2018). Calidad de servicio y satisfacción del contribuyente de la Municipalidad Distrital de Salaverry. *Revista de Investigación Estadística*, 1(1), 1–7. <https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/REDIES/article/view/2788>
- Vergara, J., Quesada, V. y Blanco, I. (2012). Factores clave para la valoración de la calidad del servicio y satisfacción del cliente: modelos causales, desarrollo y evolución. *Revista Virtual Universidad Católica Del Norte*, (35), 380–400. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=194224362020>
- Vizcardo, S. (2017). *Calidad del servicio en el centro de servicio al contribuyente Nicolás de Piérola Sunat – Lima 2016* [Tesis de Maestría, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/746>
- Zeithaml V, Parasuraman A, Berry L. (1992) *Calidad total en la gestión de servicios: cómo lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores*.

## **VII. ANEXOS**

## Anexo 1. Cuestionario

ENCUESTA						
<b>INSTRUCCIONES:</b>						
Estimado <b>usuario</b> , lea detenidamente las preguntas y evalúe al <b>funcionario</b> que lo atendió según los valores que se muestra a continuación:						
(1) <i>Muy Malo</i> (2) <i>Malo</i> (3) <i>Regular</i> (4) <i>Bueno</i> (5) <i>Muy bueno</i>			<b>Usuario:</b> contribuyente de SUNAT  <b>Funcionario:</b> personal de SUNAT que atiende las necesidades del contribuyente			
N°	ÍTEMS	1	2	3	4	5
1	Nivel del conocimiento que tiene el funcionario para responder a mis preguntas.					
2	Interés del funcionario en cuanto a la orientación de la resolución de mis problemas.					
3	¿En qué nivel considera que el personal está adecuadamente presentable?					
4	Nivel en el que considero que los funcionarios están capacitados y actualizados en atención al público.					
5	Nivel en el que considero que los funcionarios me transmiten confianza.					
6	Nivel del servicio que me brindó el funcionario.					
7	Nivel en el que la sección " <i>Orientación al contribuyente</i> " comprende mis necesidades específicas					
8	Nivel de resolución del funcionario a mis preguntas planteadas.					
9	Nivel en el que la información brindada por el funcionario se adapta a mis necesidades.					
10	Nivel en el que el funcionario me da todas las indicaciones necesarias para evitar posteriores dificultades o problemas.					
11	Nivel de rapidez de atención del funcionario					
12	¿Cómo consideras el tiempo que esperas en cola hasta ser atendido por un funcionario?					
13	Nivel de amabilidad de los funcionarios.					
14	Nivel en el que los funcionarios dan respuestas efectivas a mis problemas y necesidades.					
15	Nivel en que considera que hay suficiente personal para la atención a los usuarios.					
16	¿Cómo califica los horarios de atención que tiene SUNAT?					
17	¿Cómo califica el estado de las instalaciones de SUNAT?					
18	¿Cómo califica el nivel de modernidad de los equipos de la SUNAT?					
19	¿Cómo califica la información de los elementos materiales (folletos, estados de cuenta y similares) que emite SUNAT?					

## Anexo 2. Resultados de confiabilidad para cada pregunta

	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P1_Nivel_del_conocimiento_que_tiene_el_funcionario_para_responder_a_mis_preguntas.	,913
P2_Interés_del_funcionario_en_cuanto_a_la_orientación_de_la_resolución_de_mis_problemas.	,915
P3_¿En_qué_nivel_considera_que_el_personal_está_adequadamente_presentable?	,910
P4_Nivel_en_el_que_considero_que_los_funcionarios_están_capacitados_y_actualizados_en_atención_al_público.	,922
P5_Nivel_en_el_que_considero_que_los_funcionarios_me_transmiten_confianza.	,912
P6_Nivel_del_servicio_que_me_brindó_el_funcionario.	,915
P7_Nivel_en_el_que_la_sección_“Orientación_al_contribuyente”_comprende_mis_necesidades_específicas	,911
P8_Nivel_de_resolución_del_funcionario_a_mis_preguntas_planteadas.	,909
P9_Nivel_en_el_que_la_información_brindada_por_el_funcionario_se_adapta_a_mis_necesidades.	,908
P10_Nivel_en_el_que_el_funcionario_me_da_todas_las_indicaciones_necesarias_para_evitar_posteriores_dificultades_o_problemas.	,907
P11_Nivel_de_rapidez_de_atención_del_funcionario	,910
P12_¿Cómo_consideras_el_tiempo_que_esperas_en_cola_hasta_ser_atendido_por_un_funcionario?	,915
P13_Nivel_de_amabilidad_de_los_funcionarios.	,910
P14_Nivel_en_el_que_los_funcionarios_dan_respuestas_efectivas_a_mis_problemas_y_necesidades.	,911
P15_Nivel_en_que_considera_que_hay_suficiente_personal_para_la_atención_a_los_usuarios.	,909
P16_¿Cómo_califica_los_horarios_de_atención_que_tiene_SUNAT?	,911
P17_¿Cómo_califica_el_estado_de_las_instalaciones_de_SUNAT?	,919
P18_¿Cómo_califica_el_nivel_de_modernidad_de_los_equipos_de_la_SUNAT?	,920
P19_¿Cómo_califica_la_información_de_los_elementos_materiales_(folletos,_estados_de_cuenta_y_similares)_que_emite_SUNAT?	,924

### Anexo 3. Certificados de validez de instrumento

#### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE INSTRUMENTO QUE PERMITE IDENTIFICAR LOS FACTORES QUE DETERMINAN LA SATISFACCIÓN DEL CONTRIBUYENTE EN EL CSC SANTA ANITA EN EL 2016

Nº	ITEMS	Claridad <sup>1</sup>		Pertinencia <sup>2</sup>		Relevancia <sup>3</sup>		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
11	Nivel de rapidez de atención del funcionario	X		X		X		
12	¿Cómo consideras el tiempo que esperas en cola hasta ser atendido por un funcionario?	X		X		X		
15	Nivel en que considera que hay suficiente personal para la atención a los usuarios.	X		X		X		
16	¿Cómo califica los horarios de atención que tiene SUNAT?	X		X		X		
	<b>ELEMENTOS TANGIBLES</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	
17	¿Cómo califica el estado de las instalaciones de SUNAT?	X		X		X		
18	¿Cómo califica el nivel de modernidad de los equipos de la SUNAT?	X		X		X		
19	¿Cómo califica la información de los elementos materiales (folletos, estados de cuenta y similares) que emite SUNAT?	X		X		X		
	<b>EMPATIA</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	
9	Nivel en el que la información brindada por el funcionario se adapta a mis necesidades.	X		X		X		
10	Nivel en el que el funcionario me da todas las indicaciones necesarias para evitar posteriores dificultades o problemas.	X		X		X		
14	Nivel en el que los funcionarios dan respuestas efectivas a mis problemas y necesidades.	X		X		X		
	<b>SEGURIDAD</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	
1	Nivel del conocimiento que tiene el funcionario para responder a mis preguntas.	X		X		X		
2	Interés del funcionario en cuanto a la orientación de la resolución de mis problemas.	X		X		X		
4	Nivel en el que considero que los funcionarios están capacitados y actualizados en atención al público.	X		X		X		

		CONFIABILIDAD		SI	NO	SI	NO	SI	NO
13	Nivel de amabilidad de los funcionarios.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>			
3	¿En qué nivel considera que el personal está adecuadamente presentable?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>			
5	Nivel en el que considero que los funcionarios me transmiten confianza.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>			
6	Nivel del servicio que me brindó el funcionario.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>			
7	Nivel en el que la sección "Orientación al contribuyente" comprende mis necesidades específicas	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>			
8	Nivel de resolución del funcionario a mis preguntas planteadas.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>			

**Observaciones (precisar si hay suficiencia):**

.....  
 .....

Opción de aplicabilidad:  Aplicable  Aplicable después de corregir  No aplicable

.....de.....del 20.....

Apellidos y nombre del juez evaluador:

*Arceado Bravo Junior*

DNI: *42570968*

Especialidad del evaluador:

*Magister en Administración y dirección de proyectos*

*[Firma manuscrita]*

Firma

<sup>1</sup> **Claridad:** Se entiende sin dificultad el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

<sup>2</sup> **Pertinencia:** Si el ítem pertenece a la dimensión.

<sup>3</sup> **Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

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

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE INSTRUMENTO QUE PERMITE  
IDENTIFICAR LOS FACTORES QUE DETERMINAN LA  
SATISFACCIÓN DEL CONTRIBUYENTE EN EL CSC SANTA  
ANITA EN EL 2016**

Nº	ITEMS	Claridad <sup>1</sup>		Pertinencia <sup>2</sup>		Relevancia <sup>3</sup>		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
11	Nivel de rapidez de atención del funcionario	X		✓		X		
12	¿Cómo consideras el tiempo que esperas en cola hasta ser atendido por un funcionario?	✓		✓		✓		
15	Nivel en que considera que hay suficiente personal para la atención a los usuarios.	✓		✓		✓		
16	¿Cómo califica los horarios de atención que tiene SUNAT?	X		X				
	<b>ELEMENTOS TANGIBLES</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	
17	¿Cómo califica el estado de las instalaciones de SUNAT?	✓		X		X		
18	¿Cómo califica el nivel de modernidad de los equipos de la SUNAT?	X		✓		✓		
19	¿Cómo califica la información de los elementos materiales (folletos, estados de cuenta y similares) que emite SUNAT?	✓		X		X		
	<b>EMPATIA</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	
9	Nivel en el que la información brindada por el funcionario se adapta a mis necesidades.	✓		✓		X		
10	Nivel en el que el funcionario me da todas las indicaciones necesarias para evitar posteriores dificultades o problemas.	X		✓		✓		
14	Nivel en el que los funcionarios dan respuestas efectivas a mis problemas y necesidades.	✓		✓		✓		
	<b>SEGURIDAD</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	
1	Nivel del conocimiento que tiene el funcionario para responder a mis preguntas.	X		✓		✓		
2	Interés del funcionario en cuanto a la orientación de la resolución de mis problemas.	✓		✓		✓		
4	Nivel en el que considero que los funcionarios están capacitados y actualizados en atención al público.	X		✓		✓		

	CONFIABILIDAD	SI	NO	SI	NO	SI	NO
13	Nivel de amabilidad de los funcionarios.	X		X		X	
3	¿En qué nivel considera que el personal está adecuadamente presentable?	X		X		X	
5	Nivel en el que considero que los funcionarios me transmiten confianza.	X		X		X	
6	Nivel del servicio que me brindó el funcionario.	X		X		X	
7	Nivel en el que la sección "Orientación al contribuyente" comprende mis necesidades específicas	X		X		X	
8	Nivel de resolución del funcionario a mis preguntas planteadas.	X		X		X	

**Observaciones (precisar si hay suficiencia):**

*Si hay suficiencia.*

Opción de aplicabilidad: Aplicable  Aplicable después de corregir [ ] No aplicable [ ]  
 .....de.....del 20.....

**Apeilidos y nombre del juez evaluador:**

*YATO BEGAZO, AUGUSTO GORILLERMO.*

DNI: *40092509*

**Especialidad del evaluador:**

*MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRESAS*

#### Firma

<sup>1</sup> **Claridad:** Se entiende sin dificultad el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

<sup>2</sup> **Pertinencia:** Si el ítem pertenece a la dimensión.

<sup>3</sup> **Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

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