

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**



**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN**  
**ADMINISTRACIÓN**

**“Calidad del servicio percibida por los contribuyentes de la SUNAT en el distrito de**  
**Piura - Piura año 2020”**

**Línea de Investigación:**

**Marketing**

**Autor**

**Br. Segura Cardoza Ana Rosa**

**Asesor**

**Dr. Vergara Vásquez, Aníbal Teobaldo**

**PIURA – PERÚ.**

**2020**

**Fecha de sustentación: 2020/10/13**



**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**  
**CAMPUS PIURA**



**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN  
ADMINISTRACIÓN**

**“Calidad del servicio percibida por los contribuyentes de la SUNAT en el distrito de  
Piura - Piura año 2020”**

**Línea de Investigación:**

**Marketing**

**Autor:**

**Br. Segura Cardoza Ana Rosa**

**Asesor:**

**Dr. Vergara Vásquez, Aníbal Teobaldo**

**PIURA – PERÚ.**

**2020**

**Fecha de sustentación:**

## Dedicatoria

Dedicado a mi padre Manuel Segura, por su amor y apoyo incondicional, por su gran ejemplo de esfuerzo y dedicación, y por ser mi inspiración a lo largo de toda mi carrera.

Dedicado a mi madre Gladys Cardoza, quien confió en mi desde el inicio de mi carrera y por siempre darme ese empuje para salir adelante y ser mejor persona.

Dedicado a mi compañero de vida Martín Guerra, por su comprensión y apoyo permanente, por las energías positivas a pesar de cada dificultad que se presentó para llegar a la meta, por ayudarme a cumplir uno de mis más anhelados sueños y por demostrarme su amor infinito cada día.

Dedicado a mis hijos Liam y Mía por ser mi motivación constante para seguir progresando profesionalmente, porque no hay amor más grande que me impulse a seguir adelante cada día, porque son el anhelo más profundo de mi corazón.

Dedicado a una gran amiga Lilly Ontaneda, quien con sus palabras de aliento y motivación me levanto en esos días grises cuando creía que ya no podía más, por tener siempre fe en mí y ser parte de mi vida y mi familia.

## **Agradecimiento**

A Dios y mis padres quienes me brindaron su apoyo incondicional durante el proceso de formación.

A la Universidad Privada Antenor Orrego por brindarme a través de sus docentes todos los conocimientos y valores que me ayudaron en mi vida profesional.

Al cuerpo docente de la Escuela Profesional de Administración por todos los conocimientos y orientación impartidos a lo largo de mi formación académica profesional.

A mi asesor por el apoyo brindado en el desarrollo de mi investigación siendo un gran partícipe de este resultado.

## **Resumen**

La investigación se denominó: “Calidad del servicio percibida por los contribuyentes de la SUNAT en el distrito de Piura - Piura año 2020”. Tuvo como objetivo determinar la calidad de servicio percibida por los contribuyentes de la SUNAT en el distrito de Piura, año 2020. Metodológicamente es una investigación de tipo descriptivo y de diseño no experimental y utiliza una encuesta sobre la base del cuestionario SERVQUAL para el registro de datos. Con una muestra de 372 contribuyentes. Tuvo como resultados a nivel general que el 76.3% de los contribuyentes considere un alto nivel de calidad de servicio en la SUNAT, lo que implicó una valoración positiva de los clientes con experiencias de atención individual. Obviamente esto demuestra la habilidad de la empresa para desarrollar sus servicios; sin embargo, existe un 23.4% de contribuyentes que aun considera que la calidad del servicio está en un estado regular; pues su percepción le refiere a una eficiente atención. Evidenciando una buena calidad de servicio, aunque con aspectos a reforzar como la capacidad de respuesta al brindar el servicio.

Palabras clave: Calidad, servicio, capacidad de respuesta

## **Abstract**

The research was called: "Quality of service perceived by SUNAT taxpayers in the district of Piura - Piura year 2020". Its objective was to determine the quality of service perceived by SUNAT taxpayers in the district of Piura, year 2020. Methodologically it is a descriptive research and non-experimental design and uses a survey based on the SERVQUAL questionnaire for the registration of data. With a sample of 372 taxpayers. It resulted in a general level that 76.3% of taxpayers consider a high level of quality of service at SUNAT, which implied a positive assessment of clients with individual care experiences. Obviously this shows the ability of the company to develop its services; However, there is 23.4% of taxpayers who still consider that the quality of the service is in a fair state; since his perception refers him to efficient attention. Evidence of a good quality of service, although with aspects to reinforce such as the response capacity when providing the service.

Keywords: Quality, service, responsiveness

## Índice

Dedicatoria.....	4
Agradecimiento .....	5
Resumen.....	6
Abstract.....	7
Índice.....	8
Índice de Tablas .....	10
Índice de Figuras.....	10
I. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Formulación del Problema .....	1
1.1.1. Realidad Problemática: .....	1
1.1.2. Enunciado del Problema o interrogante .....	2
1.2 Justificación.....	2
1.3 Objetivos.....	3
1.3.1 Objetivo General.....	3
1.3.2 Objetivos Específicos .....	3
II. MARCO DE REFERENCIA .....	5
2.1 Antecedentes .....	5
2.2 Marco Teórico.....	8
2.3 Marco conceptual .....	14
2.4 Variables: Operacionalización de variables:.....	16
III. MATERIAL Y MÉTODOS.....	20
3.1 Material.....	20
3.1.1 Población .....	20
3.1.2 Marco muestral.....	20
3.1.3 Unidad de análisis .....	20
3.1.4 Muestra.....	20
3.2 Métodos.....	21
3.2.1 Diseño de contrastación.....	21
3.2.2 Técnicas e Instrumentos de colecta de datos.....	22
3.2.3 Procesamiento y análisis de datos:.....	22



IV. PRESENTACION Y DISCUSION DE RESULTADOS .....	24
4.1 Presentación de resultados .....	24
4.2 "Discusión de resultados .....	36
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	39
Conclusiones.....	39
Recomendaciones.....	40
Referencias Bibliográficas .....	42
8. Anexos.....	44
8.1. Cuestionario.....	44
10.2. Confiabilidad del instrumento de calidad de servicio .....	48
10.3. Resultado por ítems.....	51
10.4. Fichas de validación de expertos .....	71
10.5. Evidencia de procesamiento de datos .....	83

## Índice de Tablas

Tabla 1	<i>Tangibilidad del servicio percibida por los contribuyentes de la SUNAT..</i>	24
Tabla 2	<i>Fiabilidad del servicio percibida por los contribuyentes de la SUNAT .....</i>	26
Tabla 3	<i>Capacidad de respuesta del servicio percibida por los contribuyentes de la SUNAT .....</i>	28
Tabla 4	<i>Seguridad del servicio percibida por los contribuyentes de la SUNAT....</i>	30
Tabla 5	<i>Empatía del servicio percibida por los contribuyentes de la SUNAT .....</i>	32
Tabla 6	<i>Calidad de servicio percibida por los contribuyentes de la SUNAT .....</i>	34

## Índice de Figuras

Figura 1	<i>Tangibilidad del servicio percibida por los contribuyentes de la SUNAT</i>	25
Figura 2	<i>Fiabilidad del servicio percibida por los contribuyentes de la SUNAT....</i>	27
Figura 3	<i>Capacidad de respuesta del servicio percibida por los contribuyentes de la SUNAT .....</i>	29
Figura 4	<i>Seguridad del servicio percibida por los contribuyentes de la SUNAT...</i>	31
Figura 5	<i>Empatía del servicio percibida por los contribuyentes de la SUNAT .....</i>	33
Figura 6	<i>Calidad de servicio percibida por los contribuyentes de la SUNAT .....</i>	35

# I.INTRODUCCIÓN

## 1.1 Formulación del Problema

### 1.1.1. Realidad Problemática:

El año 2020 para el sistema empresarial y el estado, en su labor de ente recaudador de los tributos se plantea una visión diferente con respecto a la atención al público. Se ha tenido una transformación en forma y percepción pues no solo se trata de solo tener excelentes instalaciones, seguridad en los mismos, una empatía con el público, fiabilidad en el servicio, etc. Es hora de encontrar en el plano de la competitividad la integración con protocolos de seguridad que antes no eran de consideración al menos en el plano latinoamericano.

Primar la excelencia en la calidad de atención en estos terrenos de “pandemia” nunca han sido parte de una prioridad ni siquiera ha sido considerados en la política anticipada de una institución pública o privada. Sin embargo, el principal beneficiado continúa siendo el cliente. Por ello ahora los procedimientos y/o protocolos de bioseguridad deben maximizar la satisfacción del cliente. Un reto que debe ir de la mano con las demoras en procesos, entre otros factores y de esta manera determinar mejores métodos para ofrecer un servicio de calidad a los clientes de acuerdo con las necesidades de éstos. “Este proceso implica una auditoría externa periódica y extensa que garantiza la calidad en todas las etapas del proceso: desde que el paciente ingresa hasta que se le entrega el estudio” (EL ECO de tandil, 2020)

En el contexto de calidad de servicio en el que se desarrollan las empresas en la actualidad, el recurso que contribuye fundamentalmente a determinar su correcto funcionamiento es el recurso humano y las estrategias para brindar una óptima atención a cada cliente y como resultado obtener su satisfacción. Sin embargo, ahora todas las empresas pasan por momentos difíciles y algunas, para poder sobrevivir, están bajando la calidad del servicio o del producto. El Tiempo (2020)

Las Instituciones Nacionales en la actualidad se encuentran en la búsqueda de la satisfacción del ciudadano para que este se sienta satisfecho al visitar a cada institución a la hora de realizar sus diferentes trámites. En el caso de la SUNAT, en la actualidad se enfrenta diariamente a las rudas críticas de muchos contribuyentes que exigen que la entidad debe poseer las habilidades y los requerimientos que demanden, para que estos obtengan una óptima experiencia al final de su visita.

Analizando la realidad y contextualizada en la ciudad de Piura, encontramos en el caso de la SUNAT, el conflicto de la atención al ciudadano en tiempos de pandemia. Si anteriormente, los tiempos de atención eran un poco prolongados, y se dificultaba en los usuarios la adquisición de información por la limitación de los procedimientos. Actualmente, este reto se hace mas empinado de alcanzar porque la atención ve reducida por sus herramientas de interacción con los clientes, limitándola a llamadas o a los canales digitales. Esto ha causado insatisfacción por la limitación en los requerimientos del cliente, y obviamente demoras en el tratamiento de los procedimientos. Asimismo, el número de especialistas se reducirá en su próxima apertura como medida de bioseguridad.

De otro lado, los clientes venían expresando insatisfacción por operaciones que los trabajadores de orientación no podían habilitar oportunamente por falta de conocimiento, experiencia o por el excesivo de tiempo de espera que conllevaban algunos trámites.

#### 1.1.2. Enunciado del Problema o interrogante

¿Cuál es la calidad de servicio percibida por los contribuyentes de la SUNAT en el distrito de Piura, año 2020?

### 1.2 Justificación

En el aspecto práctico este proyecto de investigación se justifica porque resultará beneficiosa para la población del distrito de Piura. El proyecto buscará conocer cómo la calidad de servicio de la SUNAT es percibida por los contribuyentes del distrito de Piura, año 2020. Una

excelente calidad de atención es un factor muy importante que deben brindar las organizaciones a sus clientes.

En el aspecto teórico la investigación se justifica debido a que el estudio nos ayudará a conceptualizar la percepción de la calidad del servicio, específicamente en cada uno de los factores que influyen en la atención y cómo afecta esto en sus decisiones del cumplimiento con sus respectivas obligaciones tributarias, aborda estudios teóricos impartidos con la finalidad de buscar eficiencia en los procesos de conformidad para que así tengan una mejor percepción sobre la calidad que ellos reciben. La importancia que posee el avance de este proyecto para su comprensión es el valor teórico que propone a manera de herramienta para recaudar información, para que de esta manera pueda ser aprovechada por la sociedad, con el fin de comprender la situación referente a la calidad percibida por los contribuyentes.

En el aspecto metodológico se justifica porque esta investigación se realizará una evaluación de la calidad de servicio que reciben los contribuyentes en el Servicio de Administración Tributaria de Piura-2020, para conocer que percepción tienen de dicho servicio, teniendo en cuenta las opiniones de sus clientes la SUNAT podría generar estrategias con el objetivo de acrecentar la calidad del servicio en su gestión y alcanzar una excelente calidad de atención, lo cual le permitiría a la SUNAT mejorar su reputación y su imagen se fortalecerá ante la sociedad, y por último los clientes podrían realizar sus transacciones sin demoras.

### 1.3Objetivos

#### 1.3.1 Objetivo General

- Determinar la calidad de servicio percibida por los contribuyentes de la SUNAT en el distrito de Piura, año 2020.

#### 1.3.2 Objetivos Específicos

- Identificar la tangibilidad de servicio percibida por los contribuyentes de la SUNAT en el distrito de Piura, año 2020

- Describir la fiabilidad de servicio percibida por los contribuyentes de la SUNAT en el distrito de Piura, año 2020.
- Identificar la capacidad de respuesta percibida por los contribuyentes de la SUNAT en el distrito de Piura, año 2020
- Describir la percepción sobre seguridad que tienen los contribuyentes de la SUNAT en el distrito de Piura, año 2020
- Identificar la empatía de servicio percibida por los contribuyentes de la SUNAT en el distrito de Piura, año 2020.

## II.MARCO DE REFERENCIA

### 2.1 Antecedentes

- A nivel internacional:

López (2018) en su investigación sobre calidad de servicio y satisfacción del cliente en un restaurante de la ciudad de Guayaquil – Ecuador se pudo comprender que su objetivo fue determinar el desarrollo de ambas variables. Para ello se utilizó un enfoque metodológico mixto (cualitativo y cuantitativo) con una muestra de 230 clientes se desarrollo un estudio netamente descriptivo. Sus resultados permiten describir que aspectos como la atención inmediata, el buen trato, las instalaciones y el equipo o mobiliario son positivos. El aporte de esta investigación está relacionado con las dimensiones de la escala SERVQUAL como empatía, tangibilidad y fiabilidad, aspectos tomados para esta investigación y que pueden ser tomados para contraste.

Sánchez (2017) en su investigación sobre calidad de servicio en un restaurant de Zacapa- Guatemala. Tuvo como objetivo determinar la variable en mención tomando en consideración las subvariables de la escala SERVQUAL. Asimismo, metodológicamente es un estudio descriptivo con una muestra de 285 clientes. Después de realizada la investigación a través de la valoración de expectativas y percepciones, para calidad de servicio. Se identificó un factor importante en la precepción de calidad de atención que tiene el cliente con respecto a los lugares que frecuenta, en la investigación realizada se determinó que los colaboradores comprenden las expectativas de los clientes, debido a que tienen una relación directa y permanente con ellos, mientras que los directivos no. Los directivos al no poder comprender las expectativas de los clientes no conocen lo que estos valoran de un servicio y difícilmente podrán impulsar acciones que den satisfacción a sus necesidades y expectativas. Asimismo, el aporte de esta investigación es muy importante porque se valoró mucho la empatía del colaborador con el cliente y esto permite su contraste con este

estudio, Así como el resto de los componentes de la variable calidad de servicio.

Ros (2016) en la tesis "Calidad percibida y satisfacción de usuarios en los servicios prestados a personas con discapacidad intelectual año 2016" (Tesis de doctorado). Universidad Católica San Antonio, Sede Murcia, España. Tuvo como objetivo determinar la influencia de la calidad y la satisfacción en clientes con discapacidad intelectual. En el plano metodológico se registro una muestra de 87 usuarios. De acuerdo con los resultados obtenidos se corroboró una influencia de la calidad en la satisfacción. Subrayando su nivel en un nivel alto en los elementos tangibles de la institución, lo que deja de lado los demás componentes de la calidad de servicio. Esto remite en la necesidad de no solo mejorar aquellos aspectos físicos para una mejor conducción de las personas con discapacidad, sino que es necesario en aspectos como la empatía y/o la fiabilidad. Por consiguiente, el aporte de esta investigación es muy importante porque se valoró mucho los elementos tangibles dejando de lado sus componentes de la variable calidad de servicio sirviendo para su contraste.

- A Nivel Nacional:

Bendezú (2016) realizó una investigación sobre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de SUNAT en Huánuco 2016. Este estudio tuvo como objetivo determinar la relación entre ambas variables. Tomando en cuenta que es un estudio de diseño no experimental, de tipo correlacional. Tuvo como muestra 324 contribuyentes y de acuerdo con los resultados se detectó que el nivel de calidad de servicio es regular haciendo hincapié no en la infraestructura que es muy buena, sino en la empatía de sus trabajadores. Estos resultados son un aporte importante para esta



investigación porque miden también la calidad percibida de los usuarios en el sentido de sus 5 componentes.

Torres & Cartolin (2016) en su estudio sobre calidad de atención y satisfacción de los contribuyentes de Huancayo. En Huancayo – Perú. Tuvo como objetivo determinar la relación entre ambas variables, aunque también se identificaron sus resultados por componentes. Uso una muestra de 367 usuarios y con un estudio de tipo descriptivo y correlacional. Encontró que la fiabilidad del servicio de los servidores se encuentra en un nivel regular y por tanto su componente empático también se encuentra en un nivel bajo. Esto aporta al presente estudio una percepción real de las características de la calidad en la percepción de los contribuyentes y por tanto contrastable con los demás componentes de la calidad del servicio

- A nivel Local:

Cordova (2019) en su investigación sobre calidad de servicio en las instituciones educativas de Piura realizada para la universidad del mismo nombre. Se estableció como objetivo determinar los componentes de esta variable calidad. Encontrando que hay una priorización en la planificación, ejecución y verificación. Esto valida que la anticipación para ofrecer el servicio es necesaria desde la perspectiva de la tangibilidad del servicio como la empatía para atender al cliente o contribuyente. Esto significa un aporte importante para el estudio ya que sus resultados validan el componente de tangibilidad y empatía como adecuados y sirven para contrastarlos con la investigación en curso.

Reyes (2016) en su investigación sobre la aplicación del modelo SERVQUAL en un negocio de transporte, en Piura. Tuvo como objetivo demostrar la validez del modelo en dicha empresa. Con un estudio de tipo aplicado, y de diseño experimental. Se obtuvo como resultados que la percepción de la calidad en los clientes es baja. Considerando

que este resultado es producto de instalaciones y equipos que no se encuentran en buen estado. Asimismo, se ratifica que su fiabilidad es baja y por tanto no se cumple la repartición de un buen servicio. De otro lado la seguridad del servicio tiene un nivel regular ya que no siempre la empresa inspira confianza y por tanto los clientes no tienen mucha seguridad. Esto constituye un aporte significativo para el estudio en curso porque toma en cuenta el componente de seguridad que es contrastable con la investigación.

Zapata (2019) en su investigación sobre la influencia de la calidad de atención en la satisfacción de los clientes de la Caja Piura - Castilla. Tuvo como objetivo determinar la influencia entre ambas variables y con un estudio de tipo descriptivo y explicativo. Obteniendo como resultados que el servicio de atención que brinda la Caja es muy bueno y la percepción es muy alta. En cuanto a los aspectos de tangibilidad, fiabilidad, empatía, seguridad y capacidad de respuesta se percibió que se equiparó la percepción con las expectativas. Esto quiere decir que se encuentra en un nivel alto. Sin embargo, para la dimensión que corresponde a la capacidad de respuesta es muy alto el nivel de calidad percibida por el contribuyente. Esto es un aporte importante para la investigación pues se valida los componentes de la escala SERVQUAL similares al estudio en curso y permite su contrastación verificando que están en un nivel alto.

## 2.2 Marco Teórico

### Calidad de servicio

Según Evans (2015) la calidad del servicio es un compendio de habilidades y actitudes que colman las necesidades de los clientes. Así tenemos que la empatía, agrega a la interacción con el cliente disponibilidad y atención a sus requerimientos. De otro lado, la diferenciación del servicio es un plus que a la calidad de un servicio añade valor agregado, esto consiste en valorar a los clientes con experiencias de atención individual. Todas estas características suman a la calidad de atención y amplían el reconocimiento del cliente desde el principio que se le otorga el servicio

hasta el final.

Según Pamies (2004) las dimensiones que acompañan los servicios de calidad en la percepción de un contribuyente son:

- **Fiabilidad.**

Según Camison, Cruz, & Tomas (2006) la fiabilidad está asociado a la virtud del cumplimiento. Por tanto, el servicio en una institución debe cumplir los parámetros y protocolos que aseguren los tiempos de atención. Siendo la SUNAT un ente público que debe garantizar el cumplimiento de los procedimientos.

*Modo fiable*

La fiabilidad del servicio que ofrece pasa por el prestigio del cumplimiento de sus funciones, pero también con la exigencia que brinde a todos sus clientes.

- **Capacidad de respuesta.**

En esta subvariable de la calidad de servicio se reconocer la disponibilidad para llevar a cabo un servicio. Garantizando rapidez, e involucramiento. Lenderman (2008)

Este es un factor muy importante para cualquier empresa e institución porque no solo se trata de brindar un servicio sino de garantizar el entregarlo de una forma correcta. Escasa acción en instituciones públicas más que en las privadas. El burocratismo de las instituciones relaja el servicio y se deniega la capacidad de respuesta de una empresa a la volubilidad del compromiso del trabajador.

*Disposición para ayudar*

Es en esta situación que se denota la disponibilidad como una cualidad y no como un compromiso ineludible. Se necesita que el cliente entienda que, ante cualquier error o escases de procedimientos, se puede sugerir una salida para encontrar un consenso en la institución

- **Empatía**

Para Bateson & Hoffman (2012) es la capacidad de la “encarnación” con nuestros sentidos la experiencia obtenida por otros. En el caso de una empresa o institución es una constante la actitud para saber reconocer el sentir del cliente y por eso es necesario entender sus necesidades.

Para ello se ha considerado los siguientes indicadores para su identificación

#### *Atención individualizada*

Es el inicio de un acto empático. Prestar atención al cliente de forma individual en cuanto sus pedidos o interrogantes genera armonía y una comunicación solidaria y horizontal. En el caso de atención de instituciones públicas como la SUNAT. Es aun un poco más difícil puesto que la inmediatez y la acumulación de personas generan una disminución en el tiempo de atención. Sin embargo; esto no implica reorganizar los protocolos de atención para considerar atender sus necesidades desde su perspectiva, tomando en cuenta su comodidad y seguridad.

Actualmente esta atención exige mayor hincapié en los protocolos de atención, tomando con mayor énfasis en la bioseguridad por estar en medio de una situación de Pandemia que ataca a nuestra sociedad. Por ello se debe considerar

- Individualidad en la atención (Sin acompañantes)
- Contar con elementos de bioseguridad para el contacto con el cliente y viceversa. (Mascarilla, Protector facial, Alcohol en gel)
- Atención digital
- Atención en cal center

#### *Horarios de trabajo convenientes*

La atención implica tiempo y eso se organiza a través de horarios que permitan una simplificación de la información. La orientación y/o atención de otros temas de interés implican que se distribuya la información en horarios a través de las citas o horarios generales.

En esta realidad la SUNAT ha visto afectado sus horarios de atención colocándolos en tono virtual de acuerdo a las exigencias del gobierno central.

Sin embargo, también se ha considerado la concertación de citas para reducir el aforo en las oficinas

#### *Preocupación por los mejores intereses del contribuyente*

Una consecuencia de ser empático y es la preocupación por los intereses de los demás. Esto significa que las empresas tienen la responsabilidad de comprender las inquietudes que pueden subsistir en el momento que se presta un servicio. Esto abre una antesala a las interrogantes o perspectivas que puede tener el cliente con respecto al servicio ofrecido. Kotler & Armstrong (2012)

Ofrecer un servicio institucional, viniendo especialmente del estado implica reconocer:

- El interés por una atención de calidad con cortesía y/o trato amable
- El interés por encontrar la información que se busca
- Un servidor con la suficiente capacitación para una atención adecuada.
- Una institución que mejora continuamente su percepción de la seguridad

#### *Comprensión de necesidades específicas*

Es el fruto de un acto empático. No es solo entender las necesidades o intereses de los clientes sino dar un paso a la acción recíproca, que implica incluirse en el servicio no solo como quien lo da, sino como quien recibe el servicio. Por tanto, implica percibir en el cliente que aspectos específicos mejorar o potenciar.

Por ejemplo:

- En la pre atención de un servicio institucional ser puntuales
- Brindar la información completa y clara
- Ofrecer alternativas de solución al alcance de las partes
- Simplificar los procedimientos para que no sean engorrosos

#### **• Tangibilidad**

Según Bateson & Hoffman (2012) la tangibilidad es la capacidad de la empresa para lograr que el consumidor obtenga una percepción de acuerdo a sus expectativas. Obviamente estas deben ser netamente

visuales porque los elementos tangibles están referidos a las instalaciones de una empresa o institución.

#### *Apariencia de las instalaciones físicas*

Este indicador demuestra al perceptor la capacidad de la institución para cubrir todos los requerimientos o necesidades del cliente, a nivel de espacios, distribución, y seguridad de la edificación.

Es seguro que no todas las instituciones son iguales, sin embargo, si tienen que seguir normas y requerimientos de construcción para poder brindar el servicio que desean ofrecer.

#### *Apariencia de los equipos*

En este indicador los equipos, sean laptops, computadoras, cámaras, mobiliario son la capacidad física operativa de la institución. Su estado de conservación son parte de una adecuada calidad de atención porque su funcionamiento expondrá al cliente sus requerimientos de acuerdo a las expectativas que posee.

Ejemplo: No es lo mismo esperar en la orientación de SUNAT unos minutos para requerir información que esperar una hora por problemas técnicos o averías. La percepción no será la misma.

#### *Apariencia del personal*

Es la percepción visual que se tiene de los trabajadores de una institución en lo que corresponde a su vestimenta y accesorios. La presentación del personal es imprescindible desde el momento en que se ingresa a una empresa. Su identificación visual permite referirse al cliente para obtener información o requerir un servicio.

#### *Apariencia de los materiales de comunicación*

Es la percepción auditiva que se tiene de los medios de interacción entre los trabajadores de una empresa. Sin una adecuada comunicación entre las áreas de una institución no se puede corresponder de manera eficiente a los requerimientos de los clientes.

Un adecuado uso de los medios digitales, como correos personales, corporativos y/o celulares logran optimizar ese objetivo.

### **Seguridad**

Para Bateson & Hoffman (2012) esta dimensión de la calidad de atención hace referencia a la capacidad de la empresa para brindar solidez y estabilidad a sus operaciones. Obviamente esto demuestra la habilidad de la empresa para desarrollar sus servicios.

No queda duda que una institución como la SUNAT debe primar este componente ahora más que nunca por eso debe tener en cuenta los siguientes indicadores.

#### *Confianza*

Es una cualidad que se alcanza demostrando responsabilidad y eficiencia en las tareas a realizar. En una institución conlleva realizar las operaciones eficientemente por las cuales ofrece su servicio. Asimismo, se debe reforzar el concepto ampliando su eficiencia a un tratamiento de bioseguridad en las operaciones.

#### *Credibilidad*

Este componente es el resultado de acciones puntuales y responsables que dieron como fruto la fe en el servicio prestado. Una empresa e institución garantiza un buen trabajo generando credibilidad en el mismo.

Esto parte de un reconocimiento de las virtudes y aciertos para realizar las operaciones, así como también de los desaciertos o errores que pueden suscitarse en el servicio. La credibilidad no nace de la perfección sino de la puesta en marcha de mejores actitudes y compromisos personales. Camison, Cruz, & Tomas (2006)

#### *Amabilidad*

Es una cualidad de la atención que apertura el dialogo y la sinceridad

en los clientes. A partir de esta disponibilidad se empieza una atención y la demostración de las habilidades de concertación de los trabajadores de la institución

#### Conocimientos suficientes

En este indicador se demuestra el conocimiento del trabajador para reconocer las operaciones que se deben realizar. Anticipando su adecuado aprestamiento para las funciones que debe desempeñar.

Este indicador debe contener las siguientes características:

- Trabajadores debidamente capacitados en su área
- Evitar duplicidad de funciones
- Actualización constante

Las dimensiones antes expuestas son parte del Modelo SERVQUAL que compone su trabajo en 3 componentes. En el componente número uno, se consolida la idea de las expectativas que tiene el cliente a partir de los ítems planteados. En el componente dos se recopilan la percepción del usuario del servicio. Por último, de acuerdo con los resultados de evaluación de las 5 dimensiones se ponderará la relevancia de los componentes y así obtener un comportamiento total.

### 2.3 Marco conceptual

- Calidad:

Es una herramienta básica para una propiedad inherente de cualquier cosa que permite que la misma sea comparada con cualquier otra de su misma especie. La palabra calidad tiene múltiples significados. De forma básica, se refiere al conjunto de propiedades inherentes a un objeto que le confieren capacidad para satisfacer necesidades implícitas o explícitas.

- Servicio:

Es el conjunto de actividades que lleva a cabo internamente una empresa por ejemplo para poder responder y satisfacer las necesidades de un cliente.



- Percepción del cliente:

De la Parra, (2003) señala que “La percepción consiste en la forma en que somos conscientes de lo que experimentamos. Es la interpretación de cuanto vemos, sentimos y oímos. Recordemos que para cada cliente la realidad es lo que percibe”.

- Modelo SERVQUAL:

Este modelo nos sirve para extraer información sobre el grado de satisfacción de los usuarios, acerca de las visiones de estos mediante encuestas y tiene en cuenta una serie de variables de opinión (fiabilidad, cortesía, credibilidad, capacidad de respuesta, comunicación).

2.4 Variables: Operacionalización de variables:

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	FUENTE
	Tangibilidad	Apariencia de las instalaciones físicas	1. Equipos visualmente modernos	Basado en el
		Apariencia de los equipos	2. Instalaciones físicas cómodas	
		Apariencia del personal	3. Empleados visualmente pulcros	
		Apariencia de los materiales de comunicación	4. Material (folletos o manuales) visualmente atractivos	

Calidad de Servicio	Fiabilidad	Modo fiable	<ul style="list-style-type: none"> <li>5. La SUNAT cumple con los plazos de entrega de la documentación</li> <li>6. La SUNAT pone énfasis en los reclamos de los contribuyentes</li> <li>7. Brinda atención al contribuyente eficaz en todas las áreas</li> <li>8. Soluciona sus respuestas a sus problemas tributarios</li> <li>9. Cuando tiene un problema, la SUNAT muestra interés por solucionarlo</li> </ul>	Modelo SERVQUAL
	Capacidad de respuesta	Disposición para ayudar	<ul style="list-style-type: none"> <li>10. Comunicación con los clientes</li> <li>11. Ofrece una atención rápida</li> <li>12. Los empleados están predispuestos para dar ayuda al contribuyente</li> </ul>	

	Seguridad	Confianza	13. ¿El comportamiento de los empleados de La SUNAT es confiable
		Credibilidad	14. Seguridad en sus transacciones
		Amabilidad	15. Los empleados suelen ser amables
		Conocimientos suficientes	16. Los empleados de La SUNAT tienen los conocimientos para responder a preguntas
	Empatía	Atención individualizada	17. Atención personalizada
		Horarios de trabajo convenientes	18. Horarios adecuados para los contribuyentes

		Preocupación por los mejores intereses del contribuyente	19.Preocupación por interés de los contribuyentes	
		Comprensión de necesidades específicas	20.Los empleados de La SUNAT comprenden sus necesidades específicas	

### III.MATERIAL Y MÉTODOS

#### 3.1 Material

##### 3.1.1 Población

En esta investigación con respecto a los contribuyentes potenciales que hacen uso de servicios de atención en la SUNAT, Total de contribuyentes promedio en la SUNAT en el mes de Julio 2020 con 12034 personas. En un contexto de Pandemia y con menor cantidad de atenciones presenciales.

##### 3.1.2 Marco muestral

Marco muestral adultos mayores de 40 años.

##### 3.1.3 Unidad de análisis

En esta investigación se ha incluido a la población de edad adulta que forman parte de los contribuyentes de la SUNAT. Asimismo, hacen uso de los servicios presenciales; aunque de forma programada. De acuerdo con lo estipulado por la institución.

##### 3.1.4 Muestra

La muestra de esta investigación es de tipo probabilístico y para determinar el tamaño de la muestra utilizaremos la siguiente formula donde se conoce la población:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{E^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Dónde:

Z = Es el valor de la distribución normal estandarizada correspondiente el nivel de confianza escogido. Para la investigación se escogió 95%, lo que equivale a 1.96.

p = proporción de ventas 0.05

q = proporción de no ventas 0.05

E = Es el máximo de error permisible, 5%

N = Tamaño de la población:

n = Tamaño de la muestra

$$(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 12034$$

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 12034}{(0.05)^2 \times (12034 - 1) + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

**n = 372**

### 3.2 Métodos

#### 3.2.1 Diseño de contrastación

En el estudio realizado el nivel de la investigación es descriptivo, porque se analizaron las propiedades a través de las variables, sus dimensiones que lo identifican en un momento determinado, porque vamos a describir la calidad percibida de los contribuyentes de la SUNAT en el distrito de Piura

El diseño de la investigación es aplicado, debido a que no se manipulara la variable, donde se tomaron los sucesos para continuar posteriormente con el estudio y evaluación.



Dónde:

M = Representa la población muestra de estudio.

O = Representa la observación e información extraída de la población muestra que servirá de base para analizar la calidad de servicio.

### 3.2.2 Técnicas e Instrumentos de colecta de datos

Técnicas:

Encuestas: Para esta investigación se utilizó la técnica de encuesta presencial para la recolección de los datos de los contribuyentes de la SUNAT en la ciudad de Piura.

Instrumentos:

Para el presente estudio de investigación se utilizó como instrumento un cuestionario de 20 preguntas, bases de datos, modelo SERVQUAL.

Validez:

Los datos conseguidos sobre las técnicas utilizadas han sido procesados en el programa SPSS V.23 para obtener los resultados descriptivos de la variable calidad de servicio

Confiabilidad:

Para medir el nivel de confiabilidad de la investigación se obtuvo un alfa de combrach de 0.888 lo que implica un nivel de confiabilidad alto.

### 3.2.3 Procesamiento y análisis de datos:

Análisis de datos:

Para obtener información de la realidad acerca de la población se utilizaron las siguientes técnicas:

Una encuesta para demostrar la calidad percibida por los contribuyentes de la SUNAT en el distrito de Piura

La observación directa: mediante la observación como técnica complementaria para observar la realidad de las transacciones realizadas en la SUNAT.

Procesamiento de los Datos:

Con respecto al proceso realizado para la investigación se llevó a cabo los siguientes procedimientos para el procesamiento de datos:



Se diseñó y formulo un cuestionario (encuesta) para recopilar los datos requeridos, para así recopilar los instrumentos de medición.

Seguimiento practico y teórico sobre la investigación realizada, revisiones bibliográficas.

- Elaborar MODELO SRVQUAL
- Ingresar datos en SPSS V22.0
- Análisis de confiabilidad (Anexo 10.2)
- Tabulación y análisis de datos.
- Analizar la información

## IV.PRESENTACION Y DISCUSION DE RESULTADOS

### 4.1 Presentación de resultados

Resultados del objetivo específico 1: Identificar la tangibilidad de servicio percibida por los contribuyentes de la SUNAT en el distrito de Piura, año 2020

**Tabla 1**

*Tangibilidad del servicio percibida por los contribuyentes de la SUNAT*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Regular nivel de tangibilidad	77	20,7
	Alto nivel de tangibilidad	294	79,0
	Total	371	99,7
Perdidos	Sistema	1	,3
	Total	372	100,0

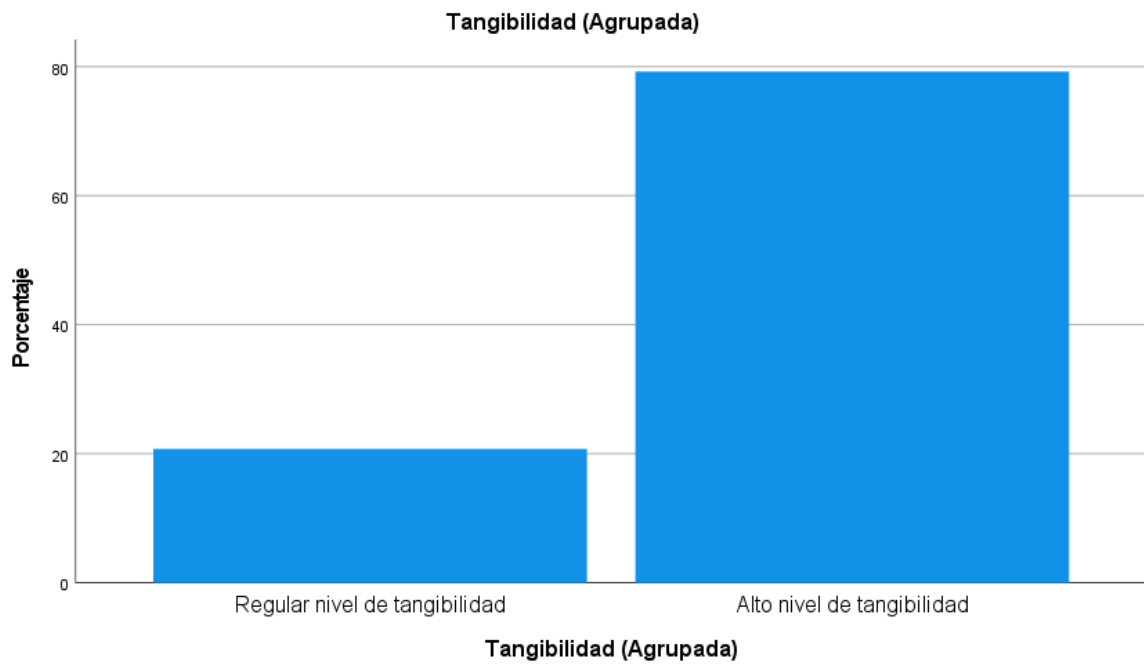
*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

#### Interpretación:

De acuerdo con los resultados expuestos en la tabla 1 se reconoce que el 79% de los contribuyentes tiene la percepción de que la SUNAT posee un alto nivel de tangibilidad; lo que implica que su infraestructura, mobiliario y todo elemento tangible o visualmente funcional se encuentra en un estado óptimo. Sin embargo; existe un 20.7% de contribuyentes que aun considera que este componente del servicio está en un estado regular; pues su percepción le refiere hacia algunas deficiencias en el estado de los equipos o del mobiliario.

**Figura 1**

*Tangibilidad del servicio percibida por los contribuyentes de la SUNAT*



*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

Resultados del objetivo específico 2: Describir la fiabilidad de servicio percibida por los contribuyentes de la SUNAT en el distrito de Piura, año 2020.

**Tabla 2**

*Fiabilidad del servicio percibida por los contribuyentes de la SUNAT*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Regular nivel de fiabilidad	127	34,1
	Alto nivel de fiabilidad	245	65,9
	Total	372	100,0

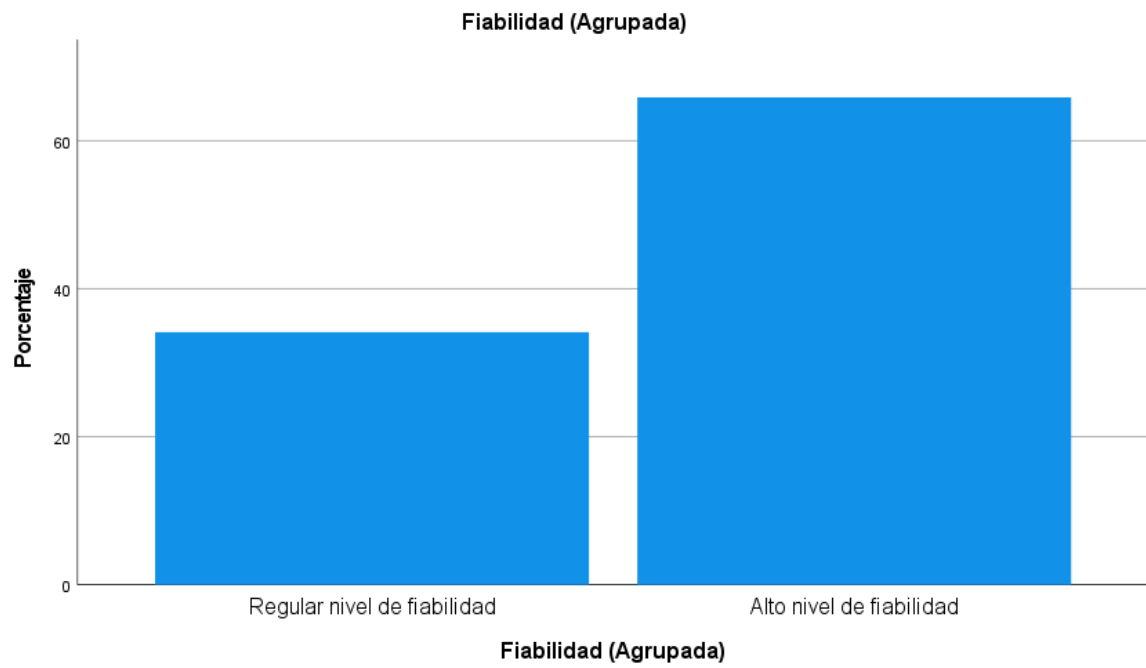
*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

Interpretación:

De acuerdo con los resultados expuestos en la tabla 2 se reconoce que el 65.9% de los contribuyentes tiene la percepción de que la SUNAT posee un alto nivel de fiabilidad; lo que implica que el servicio de la institución cumple con los parámetros y protocolos que aseguren los tiempos de atención. Garantizando el cumplimiento de los procedimientos y se encuentra en un estado óptimo. Sin embargo; existe un 34.1% de contribuyentes que aun considera que este componente del servicio está en un estado regular; pues su percepción le refiere hacia deficiencias centradas en la eficiencia en los procedimientos de atención.

**Figura 2**

*Fiabilidad del servicio percibida por los contribuyentes de la SUNAT*



*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

Resultados del objetivo específico 3: Reconocer la capacidad de respuesta percibida por los contribuyentes de la SUNAT en el distrito de Piura, año 2020

**Tabla 3**

*Capacidad de respuesta del servicio percibida por los contribuyentes de la SUNAT*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo nivel de capacidad de respuesta	2	,5
	Regular nivel de capacidad de respuesta	240	64,5
	Alto nivel de capacidad de respuesta	130	34,9
	Total	372	100,0

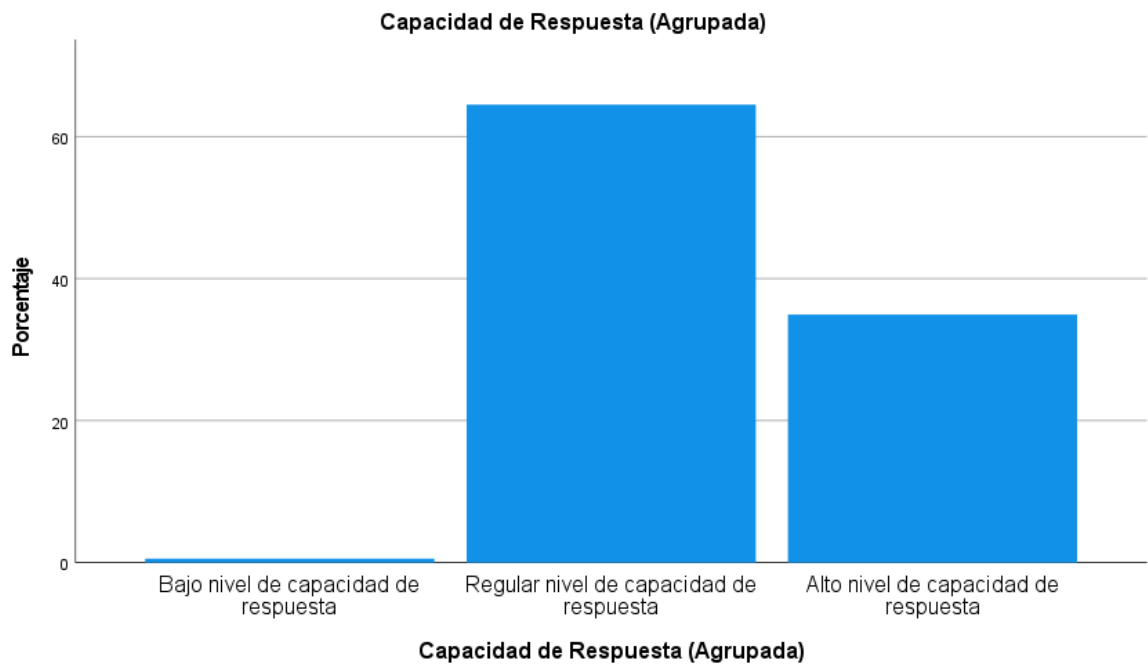
*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

Interpretación:

De acuerdo con los resultados expuestos en la tabla 3 se reconoce que el 64.5% de los contribuyentes tiene la percepción de que la SUNAT posee un nivel regular en la capacidad de respuesta lo que implica que el servicio de la institución al garantizar el entregarlo de una forma correcta la institución, relaja el servicio y se ajusta a la volubilidad del compromiso del trabajador; llevándolo a este nivel. Sin embargo; existe un 34.9% de contribuyentes que aun considera que este componente del servicio está en un estado óptimo; pues su percepción le refiere hacia logros centradas en la eficiencia en los procedimientos de atención.

**Figura 3**

*Capacidad de respuesta del servicio percibida por los contribuyentes de la SUNAT*



*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

Resultados del objetivo específico 4: Describir la percepción sobre seguridad que tienen los contribuyentes de la SUNAT en el distrito de Piura, año 2020

**Tabla 4**

*Seguridad del servicio percibida por los contribuyentes de la SUNAT*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Regular nivel de seguridad	116	31,2
	Alto nivel de seguridad	256	68,8
	Total	372	100,0

*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

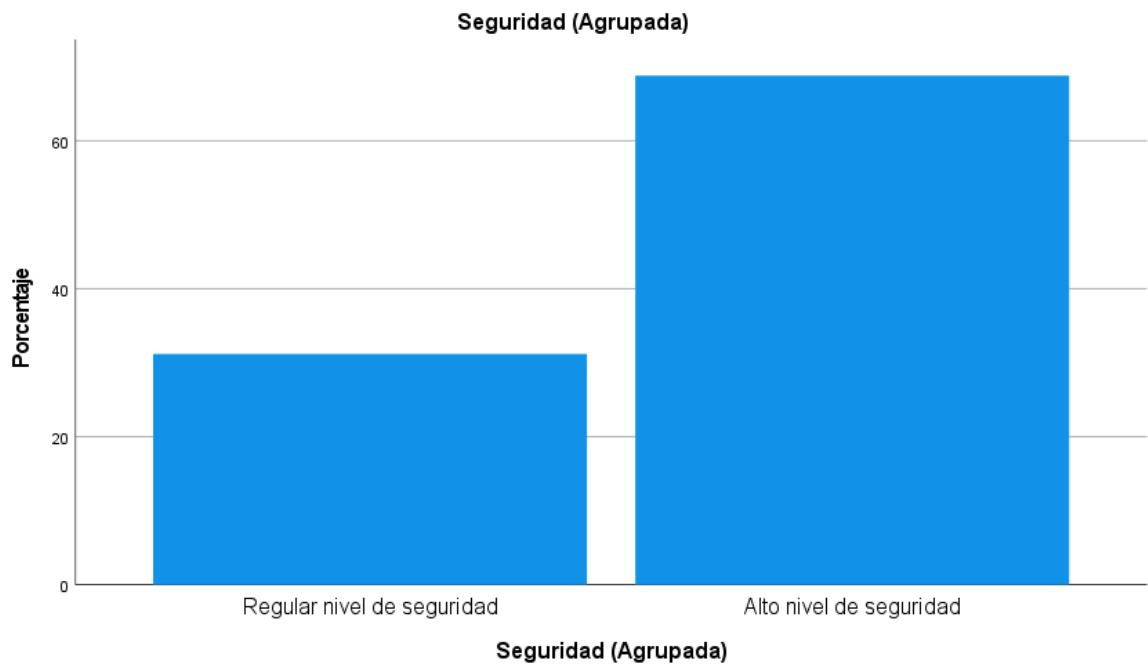
Interpretación:

De acuerdo con los resultados expuestos en la tabla 4 se reconoce que el 68.8% de los contribuyentes tiene la percepción de que la SUNAT posee un nivel alto en la seguridad en el servicio de la institución lo que garantiza la capacidad de la empresa para brindar solidez y estabilidad a sus operaciones. Obviamente esto demuestra la habilidad de la empresa para desarrollar sus servicios. Sin embargo; existe un 31.2% de contribuyentes que aun considera que este componente del servicio está en un estado regular; pues su percepción le refiere hacia logros de seguridad como protocolo sanitario que aún faltan reforzarse para el eficiente desarrollo de los protocolos de atención.



**Figura 4**

*Seguridad del servicio percibida por los contribuyentes de la SUNAT*



*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

Resultados del objetivo específico 5: Identificar la empatía de servicio percibida por los contribuyentes de la SUNAT en el distrito de Piura, año 2020.

**Tabla 5**

*Empatía del servicio percibida por los contribuyentes de la SUNAT*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Regular nivel de empatía	60	16,1
	Alto nivel de empatía	311	83,6
	Total	371	99,7
Perdidos	Sistema	1	,3
	Total	372	100,0

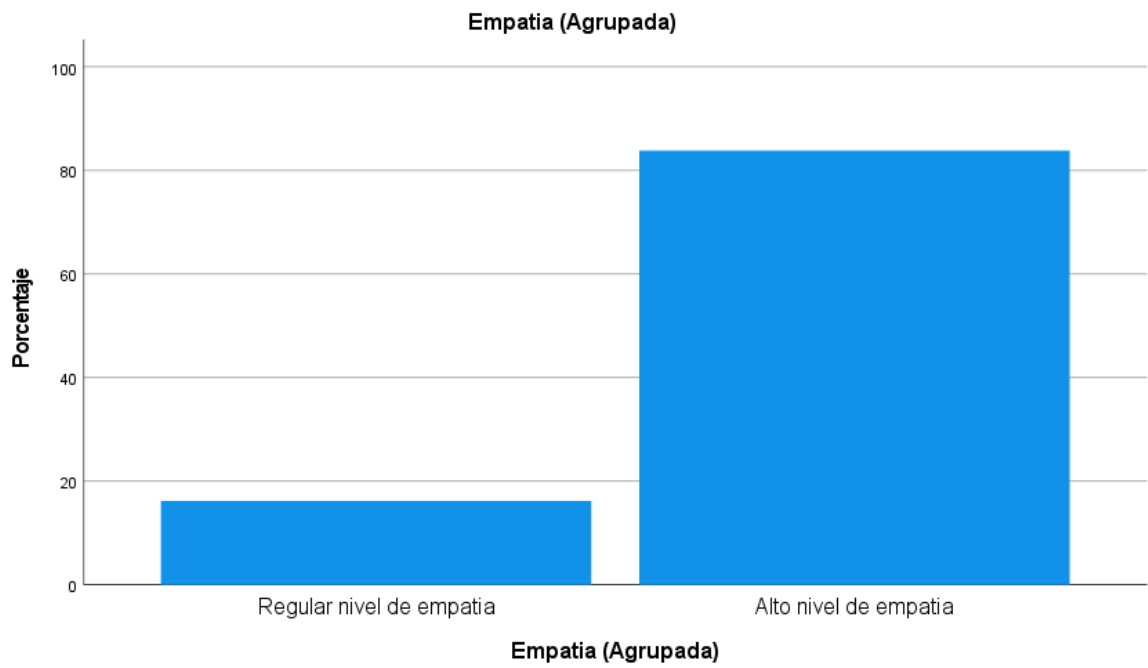
*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

Interpretación:

De acuerdo con los resultados expuestos en la tabla 5 se reconoce que el 83.6% de los contribuyentes tiene la percepción de que la SUNAT posee un alto nivel de empatía en el servicio de la SUNAT lo que garantiza la capacidad de la empresa para brindar solidez y estabilidad a sus operaciones. Obviamente esto demuestra la habilidad de la empresa para desarrollar sus servicios. Sin embargo; existe un 16.1% de contribuyentes que aun considera que este componente del servicio está en un estado regular; pues su percepción se refiere hacia la disponibilidad y prontitud para atender las necesidades de los contribuyente que se necesitan reforzar para un trabajo eficiente

**Figura 5**

Empatía del servicio percibida por los contribuyentes de la SUNAT



*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

Resultados del objetivo general: Determinar la calidad de servicio percibida por los contribuyentes de la SUNAT en el distrito de Piura, año 2020.

**Tabla 6**

*Calidad de servicio percibida por los contribuyentes de la SUNAT*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Regular nivel de calidad de servicio	87	23,4
	Alto nivel de calidad de servicio	284	76,3
	Total	371	99,7
Perdidos	Sistema	1	,3
	Total	372	372

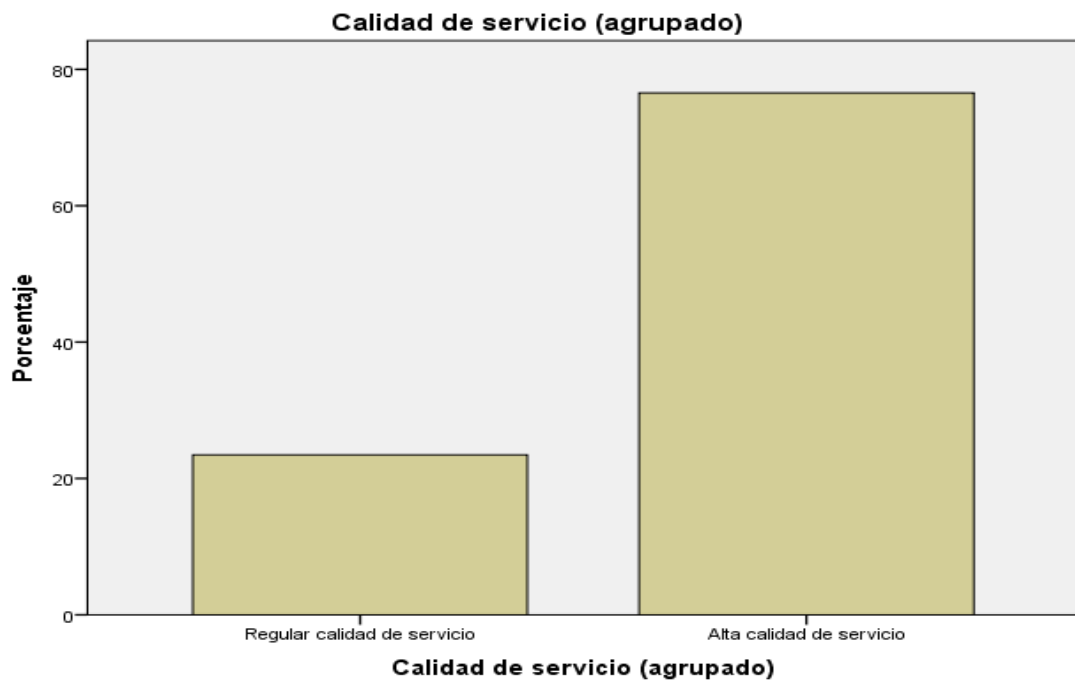
*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

Interpretación:

De acuerdo con los resultados expuestos en la tabla 6 se reconoce que el 76.3% de los contribuyentes tiene la percepción de que la SUNAT posee un alto nivel de calidad de servicio en la institución lo que implica valorar a los clientes con experiencias de atención individual. Obviamente esto demuestra la habilidad de la empresa para desarrollar sus servicios. Sin embargo; existe un 23.4% de contribuyentes que aun considera que la calidad del servicio está en un estado regular; pues su percepción le refiere a una eficiente atención.

**Figura 6**

*Calidad de servicio percibida por los contribuyentes de la SUNAT*



*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

## 4.2 "Discusión de resultados

Al analizar los resultados de la presente investigación se identifica que el 79% de los contribuyentes manifiesta una satisfacción positiva con respecto a la percepción que se posee de la SUNAT y su alto nivel de tangibilidad; lo que implica que su infraestructura, mobiliario y todo elemento tangible o visualmente funcional se encuentra en un estado óptimo. Sin embargo; existe un 20.7% de contribuyentes que aun considera que este componente del servicio está en un estado regular y su satisfacción disminuye; pues su percepción le refiere hacia algunas deficiencias en el estado de los equipos o del mobiliario. Esto es similar al aporte de López (2018) que afirma que las instalaciones y el equipo o mobiliario son positivos; estos están relacionados con dimensiones de la escala SERVQUAL. De otro lado, en el aporte de Bendezú (2016) el cual valora que la calidad de servicio es regular haciendo hincapié no en la infraestructura que es muy buena, sino en la empatía de sus trabajadores. Estos referentes o investigaciones anexas confirman la idea que las instituciones públicas o privadas en su mayoría cuenta con una buena infraestructura y suele carecer de otros aspectos de la calidad. Esto quiere decir que la institución está en la capacidad de coberturar todos los requerimientos o necesidades del cliente, a nivel de espacios, distribución, y seguridad de la edificación, siguiendo las normas y requerimientos de construcción para poder brindar el servicio que desean ofrecer. Asimismo, el estado de su conservación física es parte de una adecuada calidad de atención porque su funcionamiento expondrá al cliente sus requerimientos de acuerdo con las expectativas que posee.

De otro lado el 65.9% de los contribuyentes manifiesta una satisfacción positiva con respecto a la percepción que se posee de la SUNAT y su alto nivel de fiabilidad; lo que implica que el servicio de la institución cumple con los parámetros y protocolos que aseguren los tiempos de atención. Garantizando el cumplimiento de los procedimientos y se encuentra en un estado óptimo. Sin embargo; existe un 34.1% de contribuyentes que aun considera que este componente del servicio está en un estado regular y su satisfacción disminuye; pues su percepción le refiere hacia deficiencias centradas en la eficiencia en los procedimientos de atención. Esto concuerda con el aporte de López (2018) que afirma que la fiabilidad es

positiva; esto está relacionado con dimensiones de la escala SERVQUAL. Sin embargo, los resultados son contrarios en la evaluación de Reyes (2016) cuya percepción de la calidad en su aspecto sobre fiabilidad es baja y por tanto no se cumple el un buen servicio. La diferencia entre ambas realidades es producto de la disponibilidad y la capacidad para cumplir con el servicio y por tanto son aspectos reformables permanentemente en continua retroalimentación. Por eso el servicio que se ofrece debe pasar por el prestigio del cumplimiento de sus funciones, para alcanzar la exigencia que brinde a todos sus clientes.

Asimismo, el 64.5% de los contribuyentes manifiesta una satisfacción no tan positiva con respecto a la percepción que posee de la SUNAT y su regular nivel en la capacidad de respuesta lo que implica que el servicio de la institución al garantizar entregar el servicio de una forma correcta se relaja el servicio y se ajusta a la volubilidad del compromiso del trabajador; llevándolo a este nivel. Sin embargo; existe un 34.9% de contribuyentes que aun considera que este componente del servicio está en un estado óptimo y en esa proporción su satisfacción aumenta.; pues su percepción le refiere hacia logros centradas en la eficiencia en los procedimientos de atención. Esto es diferente a los aportes de López (2018) que afirma que la capacidad de respuesta es positiva; esto relacionado con dimensiones de la escala SERVQUAL. Sin embargo, los resultados son similares en la evaluación de Reyes (2016) cuya percepción de la calidad en su aspecto sobre capacidad de respuesta es baja y por tanto no se cumple el un buen servicio. La coincidencia con este último argumento es producto del conocimiento y procedimientos que se requiere para cumplir con el servicio y por tanto aspectos reformables permanentemente y en continua retroalimentación. Por tanto, es un factor muy importante para cualquier empresa e institución ya que no solo se trata de brindar un servicio sino de garantizar el entregarlo de una forma correcta. Este comportamiento denota la disponibilidad como una cualidad y no como un compromiso ineludible. Por tanto, se puede sugerir una salida para encontrar un consenso en la institución

Además, el 68.8% de los contribuyentes manifiesta una satisfacción positiva con respecto a la percepción que se posee de la SUNAT y su alto nivel en la seguridad del servicio que la institución garantiza con la capacidad de la empresa

para brindar solidez y estabilidad a sus operaciones. Obviamente esto demuestra la habilidad de la empresa para desarrollar sus servicios. Sin embargo; existe un 31.2% de contribuyentes que aun considera que este componente del servicio está en un estado regular y su satisfacción disminuye; pues su percepción le refiere hacia logros de seguridad como protocolo sanitario que aún faltan reforzarse para el eficiente desarrollo de los protocolos de atención. Esto coincide con el aporte de Zapata (2019) que afirma que los aspectos de seguridad alcanzan las expectativas de los usuarios; esto quiere decir, que se encuentra en un nivel alto. Obviamente ante los acontecimientos recientemente de la coyuntura actual se reafirma el uso esmerado de protocolos de seguridad para garantizar una atención segura y optima. Por eso, es una cualidad que se alcanza demostrando responsabilidad y eficiencia en las tareas a realizar y realizando las operaciones eficientemente ampliando su eficiencia a un tratamiento de bioseguridad en las operaciones. Eso implico acciones puntuales y responsables que dieron como fruto la fe en el servicio generando credibilidad en el mismo.

Por último, el 83.6% de los contribuyentes manifiesta una satisfacción positiva con respecto a la percepción que se posee de la SUNAT y su alto nivel de empatía en la institución; lo que implica una constante actitud para saber reconocer el sentir del cliente y entender sus necesidades. Obviamente esto demuestra la habilidad de la empresa para desarrollar sus servicios. Esto difiere con el estudio de Torres & Cartolin (2016) que afirma que su componente empático se encuentra en un nivel bajo. Asimismo, la investigación de Bendezú (2016) afirma que la calidad de servicio es regular haciendo hincapié en la empatía de sus trabajadores. Ambos estudios difieren de los resultados porque están centrados en el trato directo con el orientador o la persona que atiende y este estudio tiene su afirmación en los procesos que generan la empatía como la solución de los problemas a resolver. Esto aporta al presente estudio una percepción real de las características de la calidad en la percepción de los contribuyentes y por tanto contrastable con los demás componentes de la calidad del servicio. Esto consiste en valorar a los clientes con experiencias de atención individual. Todas estas características suman a la calidad de atención y amplían el reconocimiento del cliente desde el principio que se le otorga el servicio hasta el final



## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones

1. De acuerdo con el objetivo específico 1 se concluye que el 79% de los contribuyentes tiene la percepción de que la SUNAT posee un alto nivel de tangibilidad; lo que implica que su infraestructura, mobiliario y todo elemento tangible o visualmente funcional se encuentra en un estado óptimo.
2. De acuerdo con el objetivo específico 2 se concluye que el 65.9% de los contribuyentes tiene la percepción de que la SUNAT posee un alto nivel de fiabilidad; lo que implica que el servicio de la institución cumple con los parámetros y protocolos que aseguren los tiempos de atención. Garantizando el cumplimiento de los procedimientos y se encuentra en un estado óptimo.
3. De acuerdo con el objetivo específico 3 se concluye que el 64.5% de los contribuyentes tiene la percepción de que la SUNAT posee un nivel regular en la capacidad de respuesta lo que implica que el servicio de la institución al garantizar el entregarlo de una forma correcta la institución, relaja el servicio y se ajusta a la volubilidad del compromiso del trabajador; llevándolo a este nivel.
4. De acuerdo con el objetivo específico 4 se concluye que el 68.8% de los contribuyentes tiene la percepción de que la SUNAT posee un nivel alto en la seguridad en el servicio de la institución lo que garantiza la capacidad de la empresa para brindar solidez y estabilidad a sus operaciones. Obviamente esto demuestra la habilidad de la empresa para desarrollar sus servicios.
5. Se concluye de acuerdo con el objetivo específico 5 que el 83.6% de los contribuyentes tiene la percepción de que la SUNAT posee un alto nivel de empatía en la institución lo que implica una constante actitud para saber reconocer el sentir del cliente y entender sus necesidades. Obviamente esto demuestra la habilidad de la empresa para desarrollar sus servicios.

6. De acuerdo con el objetivo general se concluye que el 76.3% de los contribuyentes tiene la percepción de que la SUNAT posee un alto nivel de calidad de servicio en la institución lo que implica valorar a los clientes con experiencias de atención individual. Obviamente esto demuestra la habilidad de la empresa para desarrollar sus servicios

## Recomendaciones

1. Se recomienda revisar la tangibilidad del servicio que ofrece la institución, que, aunque se encuentran en estado óptimo. Los elementos tangibles o visualmente funcionales se deben verificar y mantener, porque así mejorara mucho más la percepción del estado de los equipos o del mobiliario.
2. Se recomienda mantener la fiabilidad del servicio revisando los parámetros y protocolos que aseguren los tiempos de atención. Del mismo modo, al revisar los componentes del servicio asegurar la eficiencia en los procedimientos de atención.
3. Se recomienda mejorar la capacidad de respuesta del área de personal pues se encuentra en un estado regular, para ello se debe capacitar al personal de atención y orientación para motivar y brindar conocimiento idóneo al usuario y mejorar la capacidad de respuesta que se considera a nivel regular.
4. Se recomienda conservar la prioridad sobre seguridad en los protocolos de atención para salvaguardar la integridad de los usuarios. Además, se puede aumentar el nivel optimización añadiendo como estrategia una pantalla media de tamaño real que indique estos protocolos sanitarios para el eficiente desarrollo de los protocolos de atención.
5. Se recomienda conservar el alto nivel de empatía en la institución dando prioridad a una actitud para reconocer el sentir del cliente y entender sus necesidades. Obviamente esto demuestra la habilidad de la empresa para desarrollar sus servicios.

6. Se recomienda seguir afianzando el alto nivel de calidad de servicio en la institución lo que implica valorar a los clientes con experiencias de atención individual.

## Referencias Bibliográficas

- Bateson, J., & Hoffman, K. (2012). *Marketing de Servicios*. México: Cengage Learning Editores, S.A.
- Bendezú Salcedo, Z. M. (2016). *La calidad de servicio y la satisfacción de los contribuyentes SUNAT Huánuco 2016*. Huánuco.
- Camison, C., Cruz, S., & Tomas, G. (2006). *Gestión de la calidad: conceptos, enfoques, modelos, sistemas*. Madrid: Pearson Educación S.A.
- Cordova, J. (2019). *Calidad de Servicio Educativo en las Instituciones Educativas de Piura*. Universidad Nacional de Piura, Peru, Piura. Recuperado el Marzo de 2020, de <http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/1985/ADM-COR-ALM-2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Evans, J. R. (2015). *Administración y control de la calidad (9a. ed.)*. CENGAGE Learning.
- Hermoza Muñoz, L. (2015). *Estudio de la calidad del servicio y nivel de satisfacción del cliente de la empresa Gechisa de Sullana - 2015*. Piura: Universidad Nacional de Piura.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing*. México: Perason.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Lenderman, M. (2008). *Marketing Experiencial: La Revolución de las Marcas*. Madrid: Esic Editorial.
- López Mosquera, D. C. (2018). *Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Olivera Espinoza, Y. P. (2015). *La calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en la empresa transporte Junín S.R.L. Pasco 2015*. Pasco.
- Pamies, D. S. (2004). *De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente*. Madrid: ESIC Editorial.
- Rafael, G. (2011). *Calidad Total, clave estratégica para la competitividad de la Empresa*. 1° Edicion .

- Reyes Palacios, M. (2016). *Aplicación del modelo Servqual para medir la calidad del servicio al cliente de la empresa de transporte EMTRUBAPI S.A.C, año 2016 - Piura*. Piura.
- Reyes, S. (2014). *CALIDAD DEL SERVICIO PARA AUMENTAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA ASOCIACIÓN SHARE, SEDE HUEHUETENANGO*. Universidad Rafael Landívar, QUETZALTENANGO- GUATEMALA. Recuperado el MARZO de 2020, de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Reyes-Sonia.pdf>
- Rodriguez , E. (2011). *Gestión de la Calidad del Servicio. LemartSandholm: Control Total de la Calidad en la Empresa*, 33 .
- Ros, A. (2016). *CALIDAD PERCIBIDA Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN LOS SERVICIOS PRESTADOS A PERSONAS CON DISCAPACIDAD INTELECTUAL*. Murcia- España. Recuperado el Marzo de 2020, de <http://repositorio.ucam.edu/bitstream/handle/10952/1638/Tesis.pdf?sequen>
- Sánchez España, A. L. (2017). *Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el Restaurante Pizza Burger Diner De Gualan, Zacapa*. Zacapa: Zacapa : Universidad Rafael Landívar, 2017.
- Silva Ipanaque, M. (2015). *Calidad del servicio al cliente en el restaurante La Lomita Tambogrande 2015*. Piura: Universidad Nacional de Piura.
- Thompson, I. (2005). *La Satisfacción del Cliente*.
- Torres, k., & Cartolin , C. (2016). *La calidad de servicio y la satisfacción de los contribuyentes del servicio de Adminitraion Tributaria de Huancayo, 2016*. Universidad Nacional del Centro del Peru , Peru , Huancayo. Recuperado el Marzo de 2020, de [http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/5416/T010\\_20051891\\_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/5416/T010_20051891_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Valerie A. Zeithaml, M. J. (2002). *Marketing de Servicios* (2da ed.). Mexico: McGraw Hill.
- Velasco, J. A. (2010). *Gestión por procesos*. Madrid: ESIC Editorial.
- Zapata , M. (2019). *La influencia de la calidad de servicio en la satisfaccion de los clientes de Caja Piura Agencia Castilla*. UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA, PERU, PIURA. Recuperado el MARZO de 2010, de <http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/1944/ADM-ZAP-SIL-2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

## 8. Anexos

### 8.1. Cuestionario

#### 10.1.1. Calidad de servicios

##### 10.1.1.1. Introducción

El presente CUESTIONARIO se hace con la finalidad de obtener y recaudar información para un proyecto de investigación universitario, sobre **“LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA SUNAT PERCIBIDA POR LOS CONTRIBUYENTES EN EL DISTRITO DE PIURA, AÑO 2020”**. Marque con un “X” la respuesta que crea conveniente.

##### 10.1.1.2. Instrucciones:

- Por favor desarrolle el cuestionario con la sinceridad que a usted la caracteriza.
- Para desarrollar este cuestionario, usted dispone como máximo 5 minutos.

##### 10.1.1.3. Ejecución

N.º	ELEMENTOS TANGIBLES	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
1	Equipos visualmente modernos					
2	Instalaciones físicas cómodas					
3	Empleados visualmente pulcros					
4	Material (folletos o manuales) visualmente atractivos					

N.º	FIABILIDAD	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
5	La SUNAT cumple con los plazos de entrega de la documentación					
6	La SUNAT pone énfasis en los reclamos de los contribuyentes					
7	Brinda atención al contribuyente eficaz en todas las áreas					
8	Soluciona sus respuestas a sus problemas tributarios					
9	Cuando tiene un problema, La SUNAT muestra interés por solucionarlo					

N.º	CAPACIDAD DE RESPUESTA	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
10	Comunicación con los clientes					
11	Ofrece una atención rápida					
12	Los empleados están predispuestos para dar ayuda al contribuyente					

N.º	SEGURIDAD	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
13	El comportamiento de los empleados de SUNAT es confiable					
14	Seguridad en transacciones					
15	Los empleados suelen ser amables					
16	Los empleados tienen el conocimiento para responder a preguntas					

N.º	EMPATIA	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
17	Atención personalizada					
18	Horarios adecuados para los contribuyentes					
19	Preocupación por interés de los contribuyentes					
20	Los empleados de La SUNAT comprenden sus necesidades específicas					

*Muchas gracias*





**“Año de la Universalización de la Salud”**

**RESOLUCIÓN N° 0342-2020-FCCEE-D-UPAO**

Trujillo, agosto 28 de 2020.

**Visto**, el expediente organizado por la Bachiller de la Facultad de Ciencias Económicas, Escuela Profesional de Administración, egresada de esta Universidad y participante del Programa de Apoyo y Actualización al Desarrollo de la Tesis PADT – I Filial Piura:

• **SEGURA CARDOZA ANA ROSA**

Solicitando **INSCRIPCIÓN** de **PROYECTO DE TESIS** titulado: **“CALIDAD DEL SERVICIO PERCIBIDA POR LOS CONTRIBUYENTES DE LA SUNAT EN EL DISTRITO DE PIURA – PIURA AÑO 2020”**, para obtener el Título Profesional de **Licenciado en Administración, y;**

**CONSIDERANDO:**

Que, mediante resolución rectoral N° 428-2020-CD/R-UPAO, de fecha 13 de febrero de 2020, se otorgó el Grado de bachiller en Ciencias Económicas a **SEGURA CARDOZA ANA ROSA;**

Que, de conformidad con lo establecido en los artículos 30°, 31°, 32° y 33°, del Reglamento General de Grados y Títulos de la Universidad, la bachiller antes mencionada ha seguido los trámites para la aprobación y registro del proyecto de tesis;

Que, por proceso de adecuación del nuevo Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad, el proyecto de tesis ha sido objeto de revisión, evaluación y dictamen por el Comité Dictaminador, de conformidad con la resolución N° 0212-2020-FCCEE-D-UPAO;

Que, habiendo cumplido con los procedimientos académicos y administrativos reglamentariamente establecidos, debe autorizarse la aprobación e inscripción del proyecto de tesis en mención, para ingresar a la fase de desarrollo;

Estando a las consideraciones expuestas y en uso a las atribuciones legales conferidas a este Despacho.

**SE RESUELVE:**

- Primero.** - **APROBAR** el proyecto de tesis con el título **“CALIDAD DEL SERVICIO PERCIBIDA POR LOS CONTRIBUYENTES DE LA SUNAT EN EL DISTRITO DE PIURA – PIURA AÑO 2020”**, presentado por la bachiller en Ciencias Económicas **SEGURA CARDOZA ANA ROSA**.
- Segundo.** - **AUTORIZAR** la inscripción en el libro de registro de proyectos de tesis de la Facultad de Ciencias Económicas, Escuela Profesional de Administración, con el N° **068-2020**, cuyo informe deberán presentarlo y sustentarlo, según el cronograma aprobado por el PADT- VERSIÓN I – FILIAL PIURA.
- Tercero.** - **DESIGNAR** como asesor del proyecto de tesis al **Dr. Aníbal Teobaldo Vergara Vásquez**, quien está obligado a presentar a Secretaría Académica los informes mensuales, del avance respectivo, establecidos en el cronograma del PADT I – Filial Piura.
- Cuarto.** - **DERIVAR** al señor Director de la Escuela Profesional de Administración, el expediente con la documentación completa, para que disponga lo que corresponda de conformidad con las Normas y Reglamentos, a fin de que la bachiller y asesor, cumplan las acciones de su competencia.

**REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE.**

  
  
**Dr. José Castañeda Nassi**  
Decano  
Facultad Ciencias Económicas

  
  
**Dr. Manuel Angulo Burgos**  
Secretario Académico  
Facultad Ciencias Económicas

C.c. EPA, SA, Asesor, Interesada, PADT I – Filial Piura, Archivo.

10.2. Confiabilidad del instrumento de calidad de servicio

**Resumen del procesamiento de los casos**

	N	%
Válidos	371	99,7
Casos Excluidos	1	,3
Total	372	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

**Estadísticos de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,888	20

**Estadísticos total-elemento**

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Equipos visualmente modernos	65,10	107,066	,731	,874
Instalaciones físicas cómodas	65,15	107,991	,705	,875
Empleados visualmente pulcros	65,03	111,740	,614	,879
Material (folletos o manuales) visualmente atractivos	64,66	118,894	,431	,885
La SUNAT cumple con los plazos de entrega de la documentación	64,56	119,923	,364	,886

La SUNAT pone énfasis en los reclamos de los contribuyentes	64,96	119,866	,235	,889
Brinda atención al contribuyente eficaz en todas las áreas	65,40	117,079	,340	,887
Soluciona sus respuestas a sus problemas tributarios	65,54	111,801	,490	,883
Cuando tiene un problema, la SUNAT muestra interés por solucionarlo	65,83	110,255	,520	,882
Comunicación con los clientes	65,96	112,763	,468	,884
Ofrece una atención rápida	65,92	114,929	,394	,886
Los empleados están predispuestos para dar ayuda al contribuyente	65,74	116,754	,313	,888
¿El comportamiento de los empleados de La SUNAT es confiable	65,49	119,732	,200	,891
Seguridad en sus transacciones	65,12	108,897	,600	,879
Los empleados suelen ser amables	65,18	104,999	,724	,874
Los empleados de La SUNAT tienen los conocimientos para responder a preguntas	65,10	107,066	,731	,874
Atención personalizada	65,15	107,991	,705	,875
Horarios adecuados para los contribuyentes	65,03	111,740	,614	,879
Preocupación por interés de los contribuyentes	64,66	118,894	,431	,885

Los empleados de La SUNAT comprenden sus necesidades específicas	64,56	119,923	,364	,886
------------------------------------------------------------------	-------	---------	------	------

### 10.3. Resultado por ítems

**Tabla 1**

*Equipos visualmente modernos*

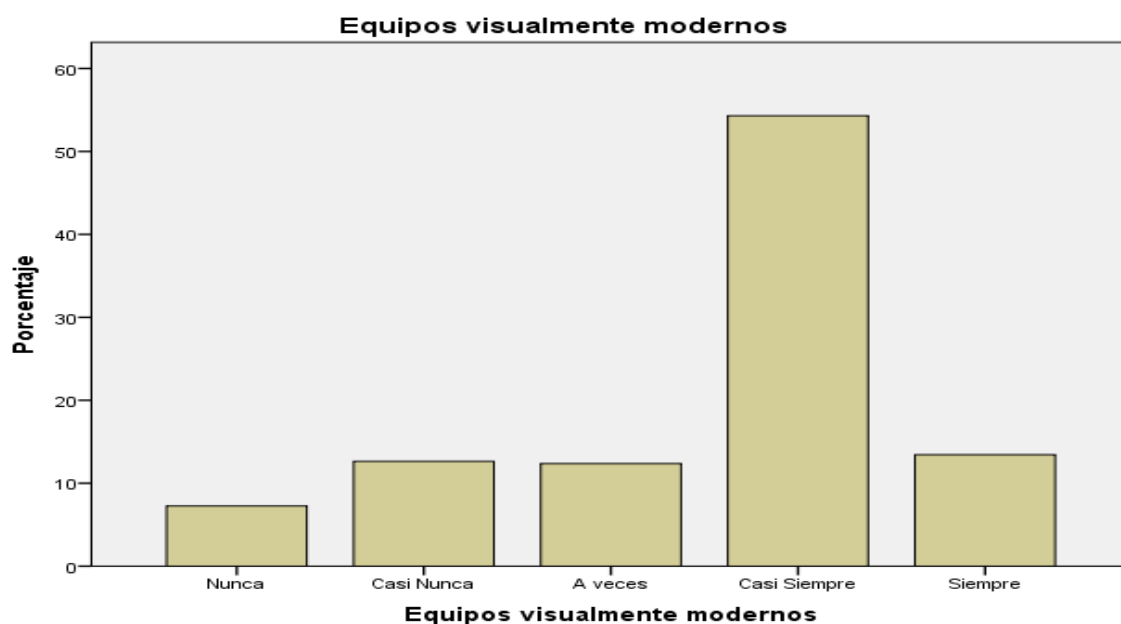
	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	27	7,3
Casi Nunca	47	12,6
A veces	46	12,4
Casi Siempre	202	54,3
Siempre	50	13,4
Total	372	100,0

*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

En la tabla 1 se observa que el 54.3% de contribuyente consideran que casi siempre existen equipos visualmente modernos contra el 7.3% de personas que afirman que nunca han observado equipos visualmente modernos.

**Figura 1**

*Equipos visualmente modernos*



*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

**Tabla 2**

*Instalaciones físicas cómodas*

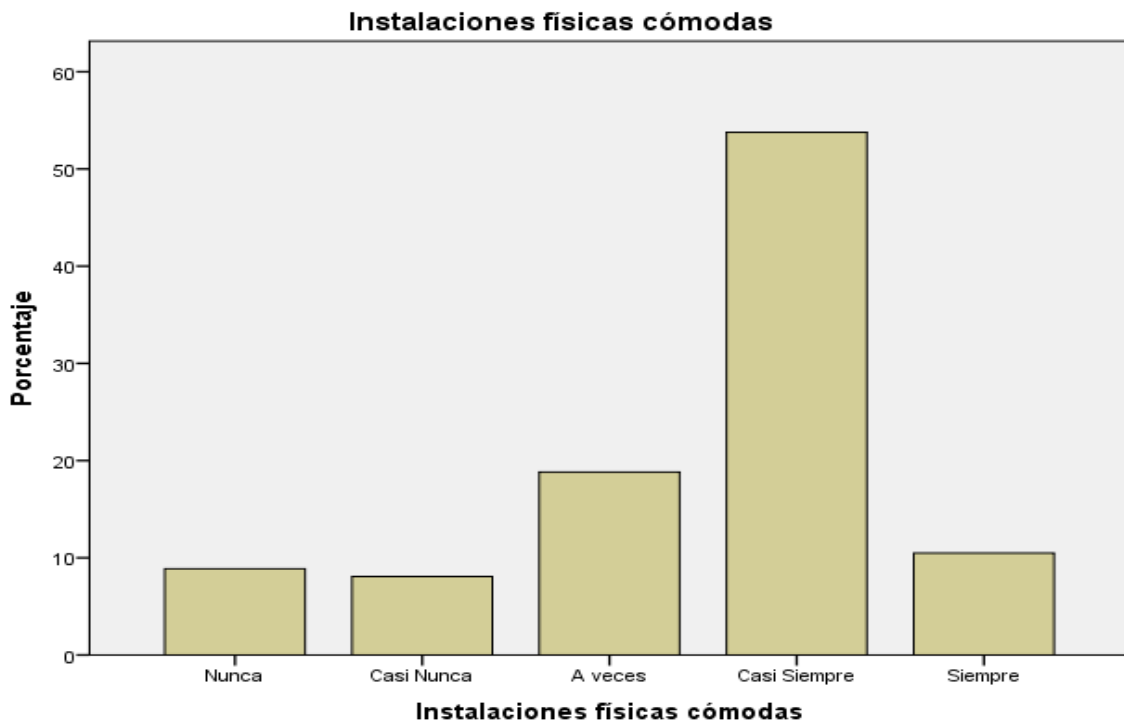
	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	33	8,9
Casi Nunca	30	8,1
A veces	70	18,8
Casi Siempre	200	53,8
Siempre	39	10,5
Total	372	100,0

*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

En la tabla 2 se observa que el 53.8% de contribuyente consideran que casi siempre existen instalaciones físicas cómodas contra el 8.1% de personas que afirman que nunca han observado instalaciones físicas cómodas.

**Figura 2**

*Instalaciones físicas cómodas*



*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

**Tabla 3**

*Empleados visualmente pulcros*

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Nunca	28	7,5
	Casi Nunca	3	,8
	A veces	89	23,9
	Casi Siempre	216	58,1
	Siempre	35	9,4
	Total	371	99,7
Perdidos	Sistema	1	,3
	Total	372	100,0

*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

En la tabla 3 se observa que el 58.1% de contribuyente consideran que casi siempre existen empleados visualmente pulcros contra el 0.8% de personas que afirman que casi nunca han observado empleados visualmente pulcros

**Figura 3**

*Empleados visualmente pulcros*



*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

**Tabla 4**

*Material (folletos y manuales) visualmente atractivos*

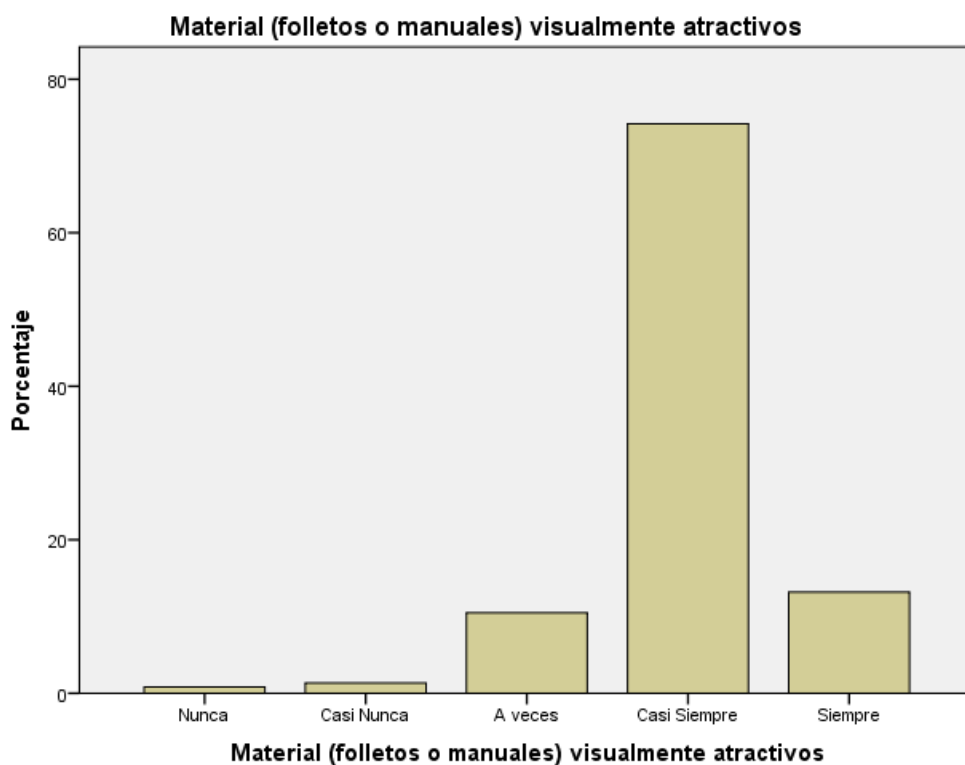
	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	3	,8
Casi Nunca	5	1,3
A veces	39	10,5
Casi Siempre	276	74,2
Siempre	49	13,2
Total	372	100,0

*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

En la tabla 4 se observa que el 74.2% de contribuyente consideran que casi siempre existen materiales (folletos y manuales) visualmente atractivos contra el 0.8% de personas que afirman que nunca han observado materiales (folletos y manuales) visualmente atractivos

**Figura 4**

*Material (folletos y manuales) visualmente atractivos*



*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020



**Tabla 5**

*La SUNAT cumple con los plazos de entrega de la documentación*

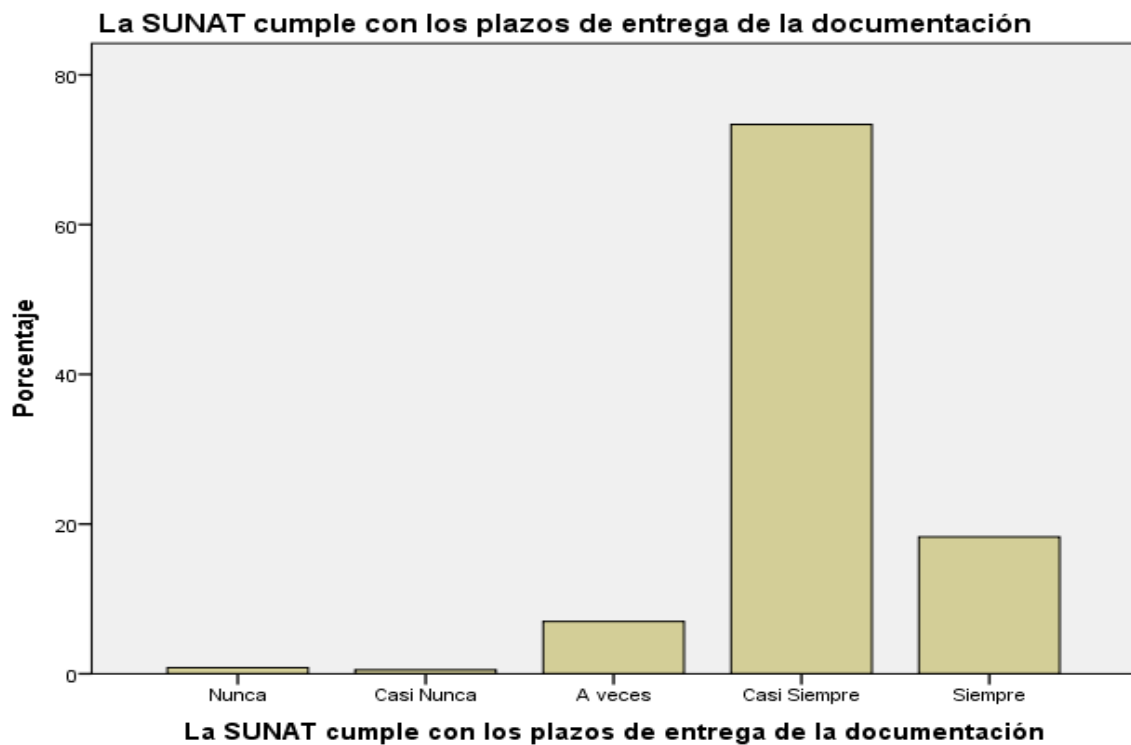
	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	3	,8
Casi Nunca	2	,5
A veces	26	7,0
Casi Siempre	273	73,4
Siempre	68	18,3
Total	372	100,0

*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

En la tabla 5 se observa que el 73.4% de contribuyente consideran que casi siempre la SUNAT cumple con los plazos de entrega de la documentación contra el 0.8% de personas que afirman que nunca la SUNAT cumple con los plazos de entrega de la documentación

**Figura 5**

*La SUNAT cumple con los plazos de entrega de la documentación*



*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

**Tabla 6**

*La SUNAT pone énfasis en los reclamos de los contribuyentes*

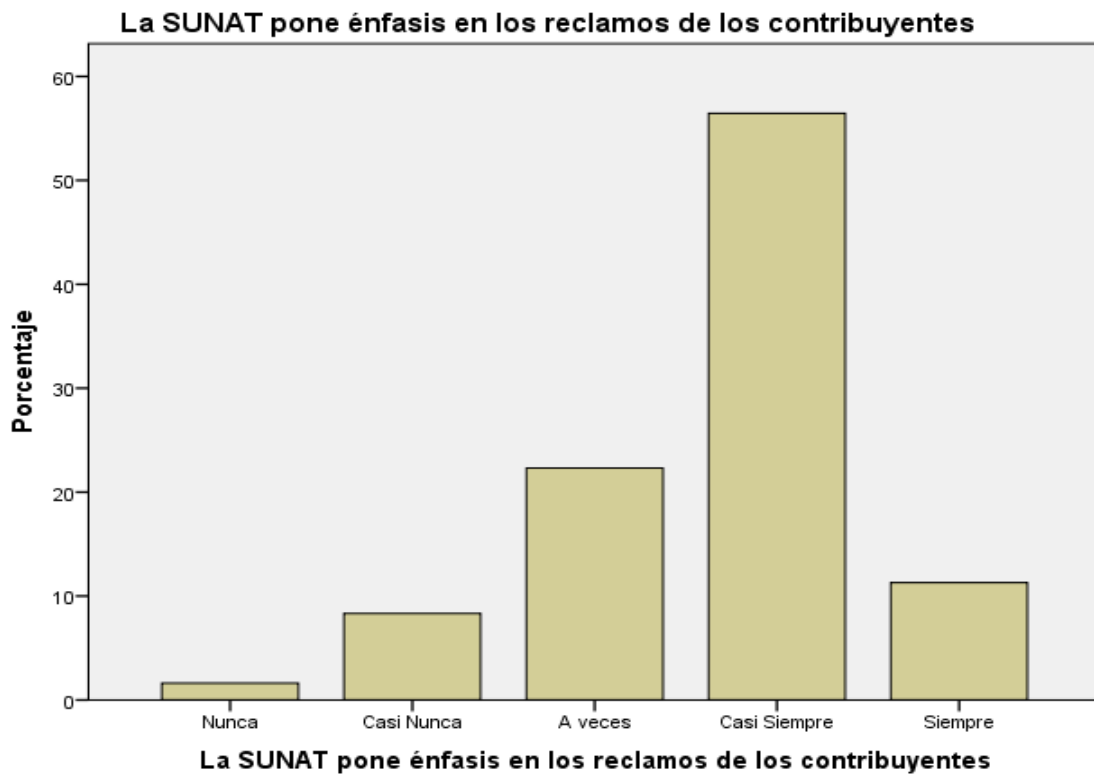
	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	6	1,6
Casi Nunca	31	8,3
A veces	83	22,3
Casi Siempre	210	56,5
Siempre	42	11,3
Total	372	100,0

*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

En la tabla 6 se observa que el 56.5% de contribuyente consideran que casi siempre la SUNAT pone énfasis en los reclamos de los contribuyentes contra el 1.6% de personas que afirman que nunca la SUNAT pone énfasis en los reclamos de los contribuyentes

**Figura 6**

*La SUNAT pone énfasis en los reclamos de los contribuyentes*



*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

**Tabla 7**

*Brinda atención al contribuyente eficaz en todas las áreas*

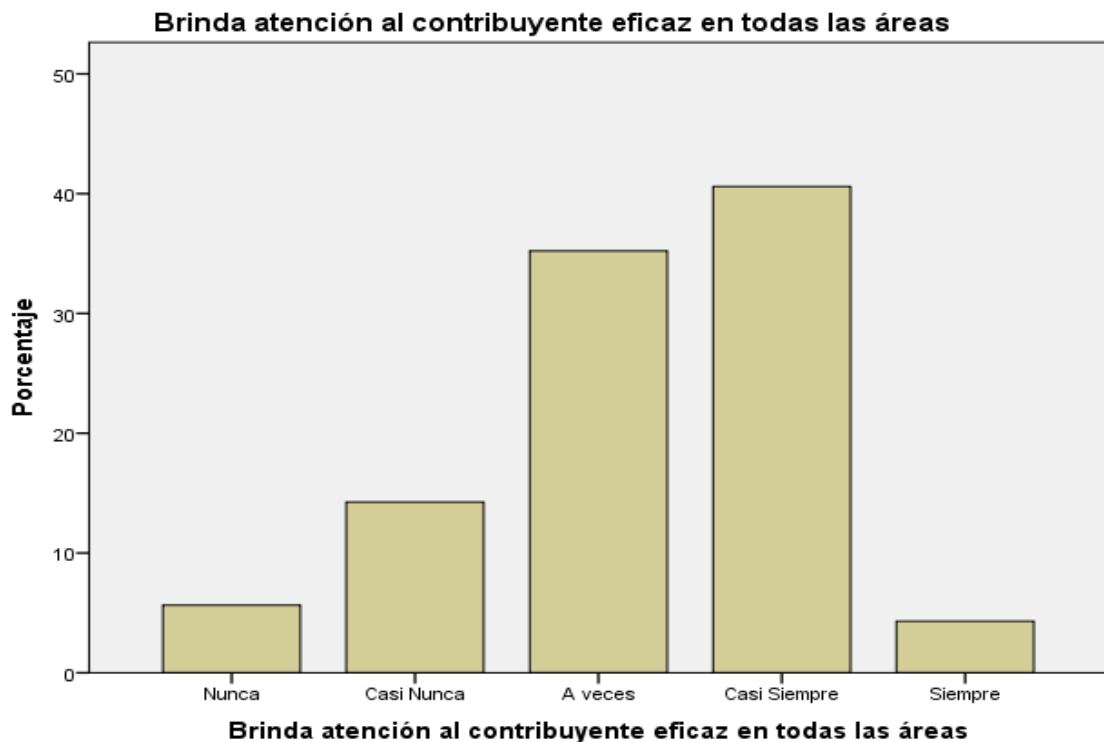
	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	21	5,6
Casi Nunca	53	14,2
A veces	131	35,2
Casi Siempre	151	40,6
Siempre	16	4,3
Total	372	100,0

*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

En la tabla 7 se observa que el 40.6 % de contribuyente consideran que casi siempre se brinda atención al contribuyente eficaz en todas las áreas contra el 5.6% de personas que afirman que nunca brinda atención al contribuyente eficaz en todas las áreas

**Figura 7**

*Brinda atención al contribuyente eficaz en todas las áreas*



*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

**Tabla 8**

*Soluciona sus respuestas a sus problemas tributarios*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	31	8,3
Casi Nunca	95	25,5
A veces	86	23,1
Casi Siempre	124	33,3
Siempre	36	9,7
Total	372	100,0

*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

En la tabla 8 se observa que el 33.3 % de contribuyentes consideran que casi siempre se soluciona sus respuestas a sus problemas tributarios contra el 8.3% de personas que afirman que nunca se soluciona sus respuestas a sus problemas tributarios

**Figura 8**

*Soluciona sus respuestas a sus problemas tributarios*



*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

**Tabla 9**

*Cuando tiene un problema, la SUNAT muestra interés por solucionarlo*

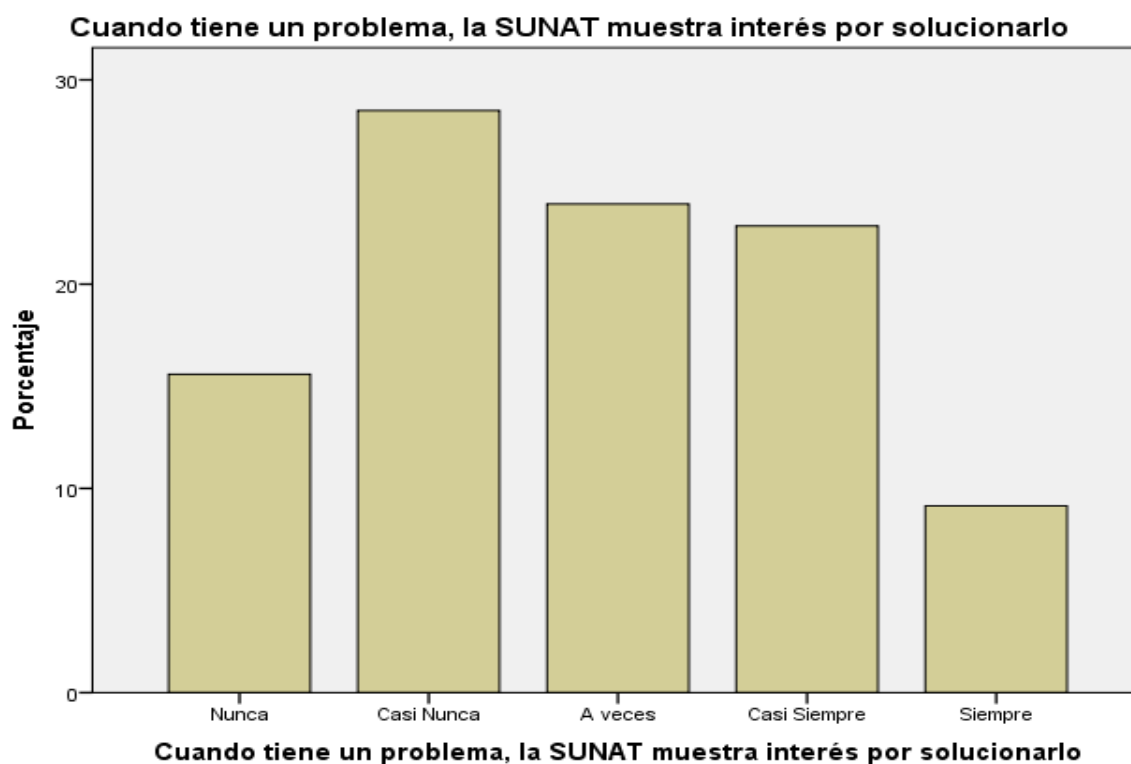
	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	58	15,6
Casi Nunca	106	28,5
A veces	89	23,9
Casi Siempre	85	22,8
Siempre	34	9,1
Total	372	100,0

*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

En la tabla 9 se observa que el 9.1 % de contribuyentes consideran que siempre cuando se tiene un problema, la SUNAT muestra interés por solucionarlo contra el 28.5% de personas que afirman que casi nunca cuando se tiene un problema, la SUNAT muestra interés por solucionarlo

**Figura 9**

*Cuando tiene un problema, la SUNAT muestra interés por solucionarlo*



*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

**Tabla 10**

*Comunicación con los clientes*

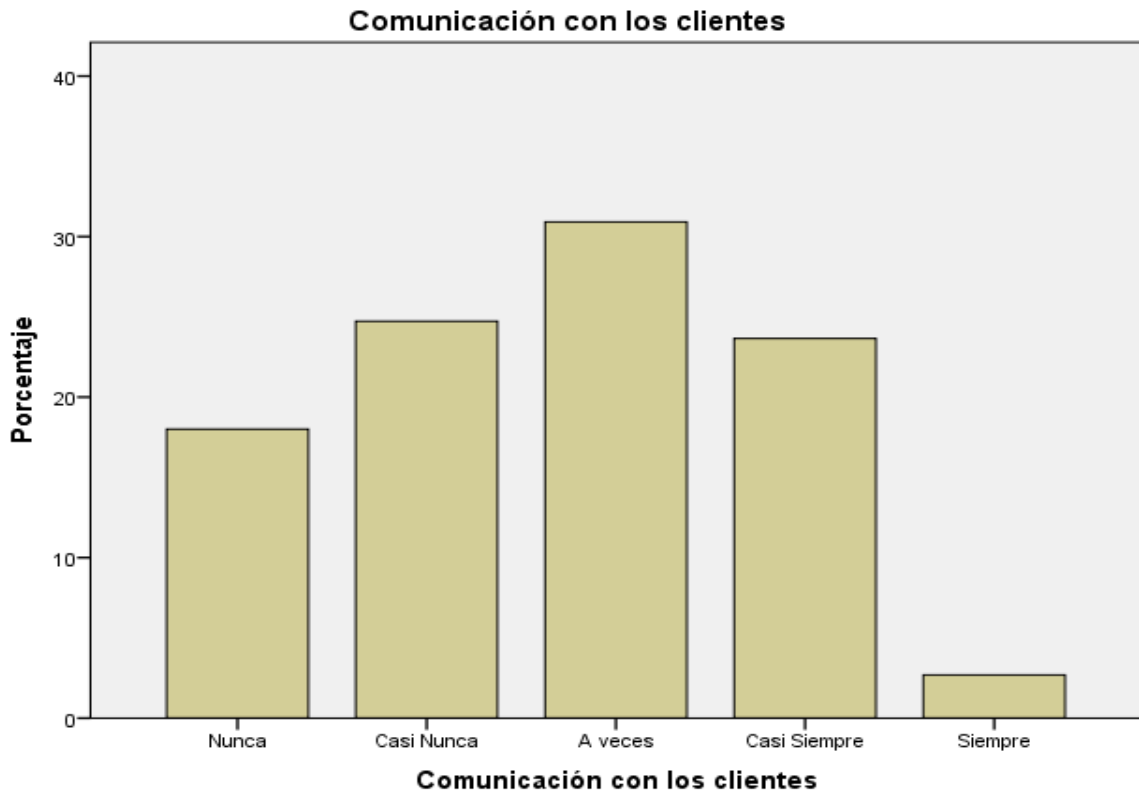
	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	67	18,0
Casi Nunca	92	24,7
A veces	115	30,9
Casi Siempre	88	23,7
Siempre	10	2,7
Total	372	100,0

*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

En la tabla 10 se observa que el 30.9 % de contribuyentes consideran que a veces existe comunicación con los clientes contra el 18 % de personas que afirman que nunca existe comunicación con los clientes,

**Figura 10**

*Comunicación con los clientes*



*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

**Tabla 11**

*Ofrece una atención rápida*

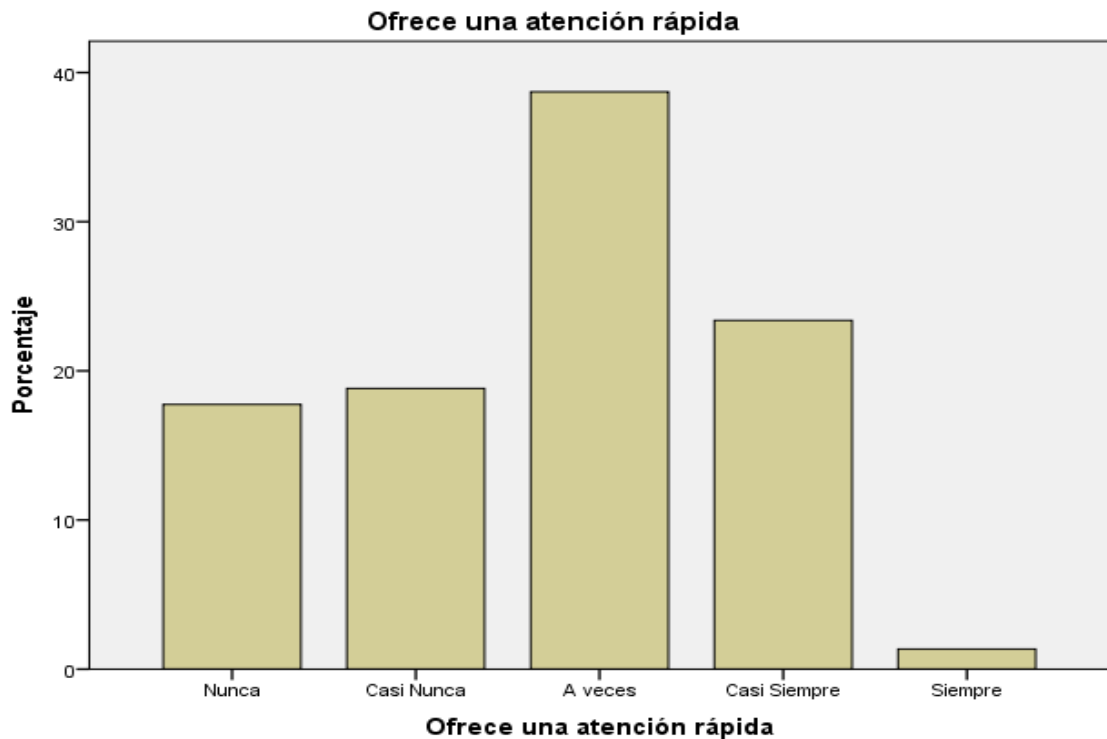
	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	66	17,7
Casi Nunca	70	18,8
A veces	144	38,7
Casi Siempre	87	23,4
Siempre	5	1,3
Total	372	100,0

*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

En la tabla 11 se observa que el 38,7 % de contribuyentes consideran que a veces ofrece una atención rápida contra el 17.7% de personas que afirman que nunca ofrece una atención rápida

**Figura 11**

*Ofrece una atención rápida*



*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

**Tabla 12**

*Los empleados están predispuestos para dar ayuda al contribuyente*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	60	16,1
Casi Nunca	38	10,2
A veces	159	42,7
Casi Siempre	109	29,3
Siempre	6	1,6
Total	372	100,0

*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

En la tabla 12 se observa que el 42,7 % de contribuyentes consideran que a veces los empleados están predispuestos para dar ayuda al contribuyente contra el 16.1% de personas que afirman que los empleados están predispuestos para dar ayuda al contribuyente

**Figura 12**

*Los empleados están predispuestos para dar ayuda al contribuyente*



*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020



**Tabla 13**

*El comportamiento de los empleados de La SUNAT es confiable*

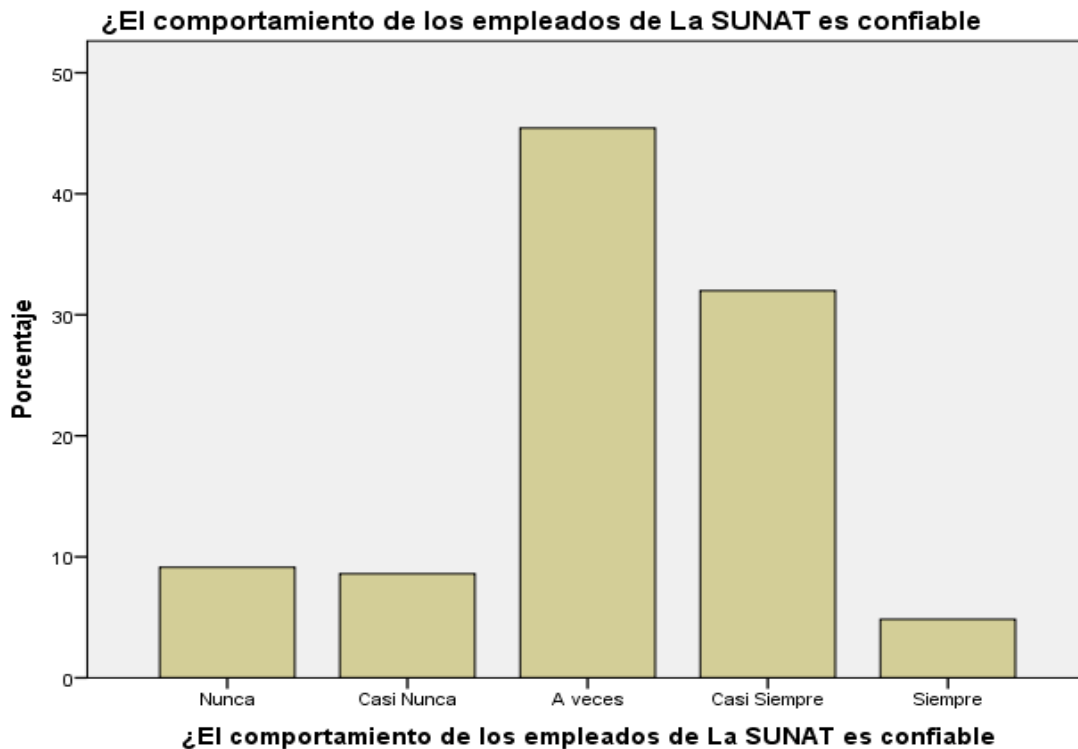
	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	34	9,1
Casi Nunca	32	8,6
A veces	169	45,4
Casi Siempre	119	32,0
Siempre	18	4,8
Total	372	100,0

*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

En la tabla 13 se observa que el 45,4 % de contribuyentes consideran que a veces el comportamiento de los empleados de La SUNAT es confiable contra el 8.6% de personas que afirman que casi nunca el comportamiento de los empleados de La SUNAT es confiable

**Figura 13**

*El comportamiento de los empleados de La SUNAT es confiable*



*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

**Tabla 14**

*Seguridad en sus transacciones*

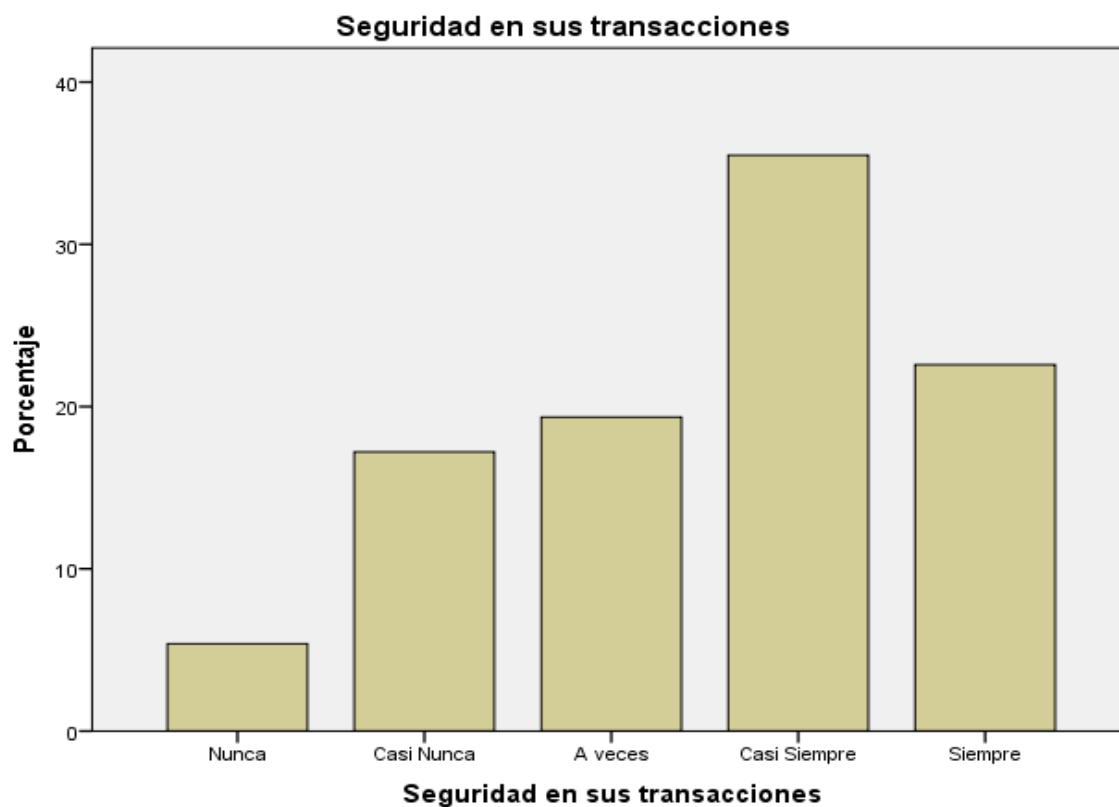
	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	20	5,4
Casi Nunca	64	17,2
A veces	72	19,4
Casi Siempre	132	35,5
Siempre	84	22,6
Total	372	100,0

*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

En la tabla 14 se observa que el 35,5 % de contribuyentes consideran que casi siempre hay seguridad en sus transacciones contra el 5.4% de personas que afirman que nunca hay seguridad en sus transacciones

**Figura 14**

*Seguridad en sus transacciones*



*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

**Tabla 15**

*Los empleados suelen ser amables*

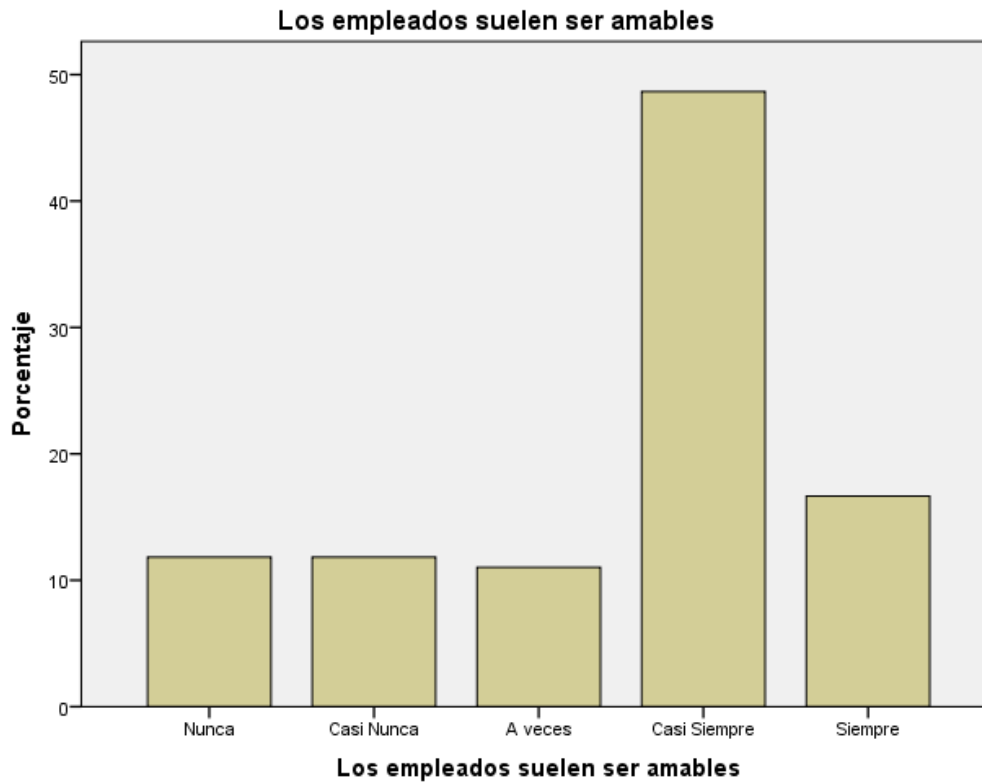
	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	44	11,8
Casi Nunca	44	11,8
A veces	41	11,0
Casi Siempre	181	48,7
Siempre	62	16,7
Total	372	100,0

*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

En la tabla 15 se observa que el 48.7 % de contribuyentes consideran que casi siempre los empleados suelen ser amables contra el 11.8% de personas que afirman que nunca los empleados suelen ser amables

**Figura 15**

*Los empleados suelen ser amables*



*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

**Tabla 16**

*Los empleados tienen el conocimiento para responder a preguntas*

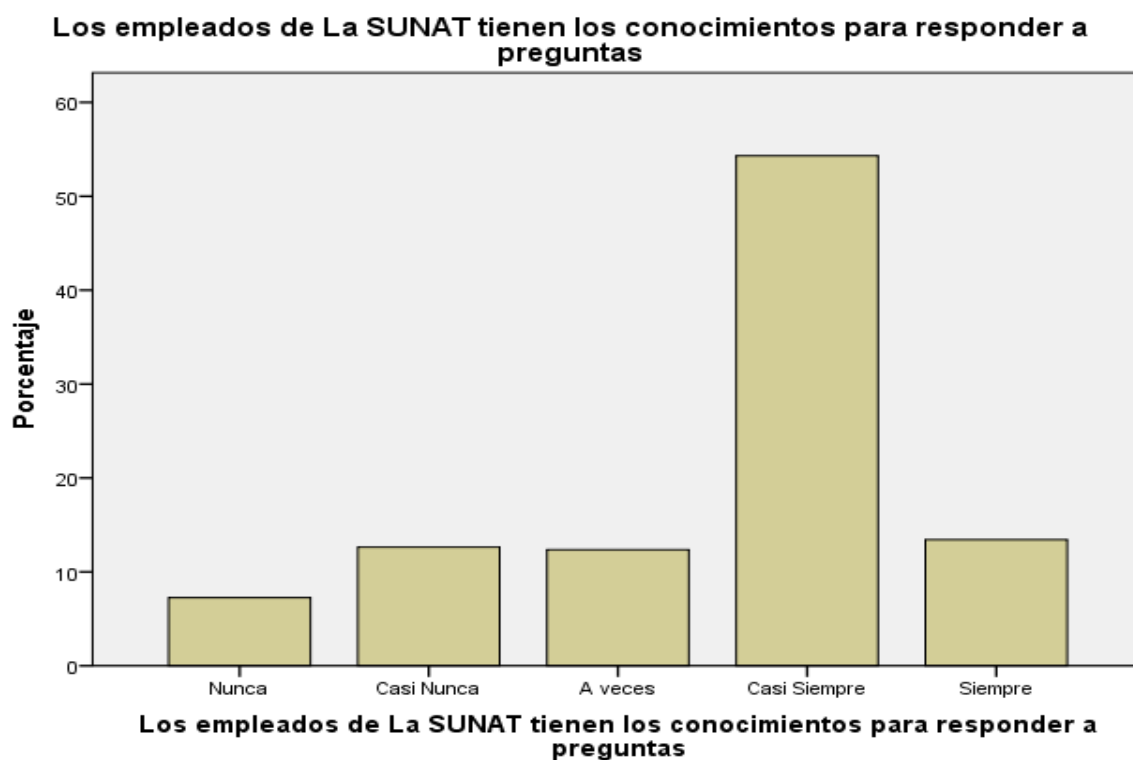
	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	27	7,3
Casi Nunca	47	12,6
A veces	46	12,4
Casi Siempre	202	54,3
Siempre	50	13,4
Total	372	100,0

*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

En la tabla 16 se observa que el 48.7 % de contribuyentes consideran que casi siempre los empleados tienen el conocimiento para responder a preguntas contra el 7,3% de personas que afirman que nunca los empleados tienen el conocimiento para responder a preguntas

**Figura 16**

Los empleados tienen el conocimiento para responder a preguntas



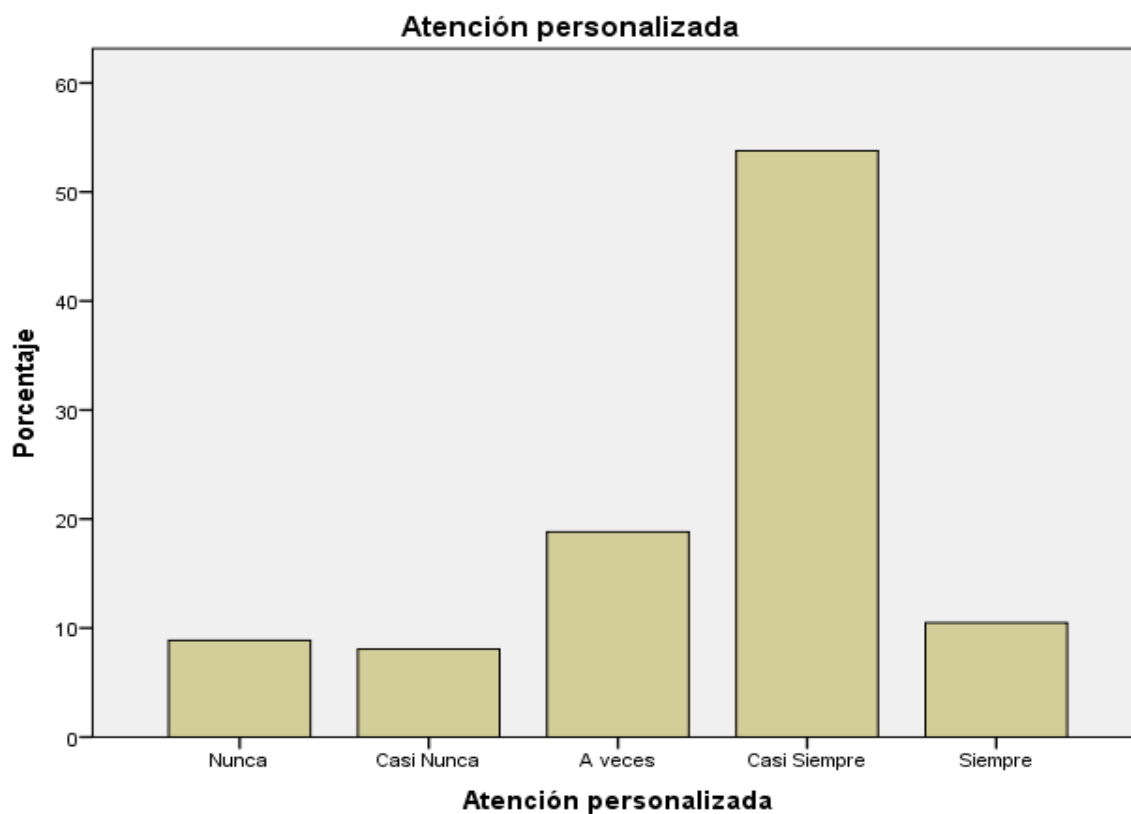
*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

**Tabla 17***Atención personalizada*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	33	8,9
Casi Nunca	30	8,1
A veces	70	18,8
Casi Siempre	200	53,8
Siempre	39	10,5
Total	372	100,0

*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

En la tabla 17 se observa que el 53.8 % de contribuyentes consideran que casi siempre tienen una atención personalizada contra el 8,1% de personas que afirman que casi nunca hay una atención personalizada-

**Figura 17***Atención personalizada*

*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

**Tabla 18**

*Horarios adecuados para los contribuyentes*

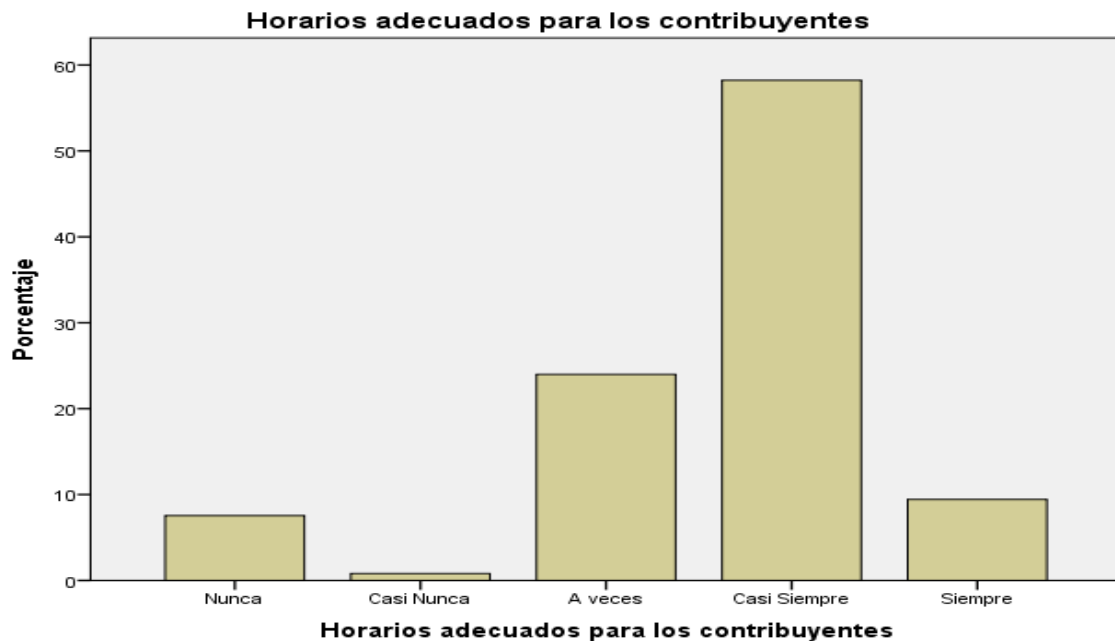
		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Nunca	28	7,5
	Casi Nunca	3	,8
	A veces	89	23,9
	Casi Siempre	216	58,1
	Siempre	35	9,4
	Total	371	99,7
Perdidos	Sistema	1	,3
	Total	372	100,0

*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

En la tabla 18 se observa que el 58.1 % de contribuyentes consideran que casi siempre hay horarios adecuados para los contribuyentes contra el 7.5% de personas que afirman que casi nunca hay una hay horarios adecuados para los contribuyentes.

**Figura 18**

*Horarios adecuados para los contribuyentes*



*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

**Tabla 19**

*Preocupación por interés de los contribuyentes*

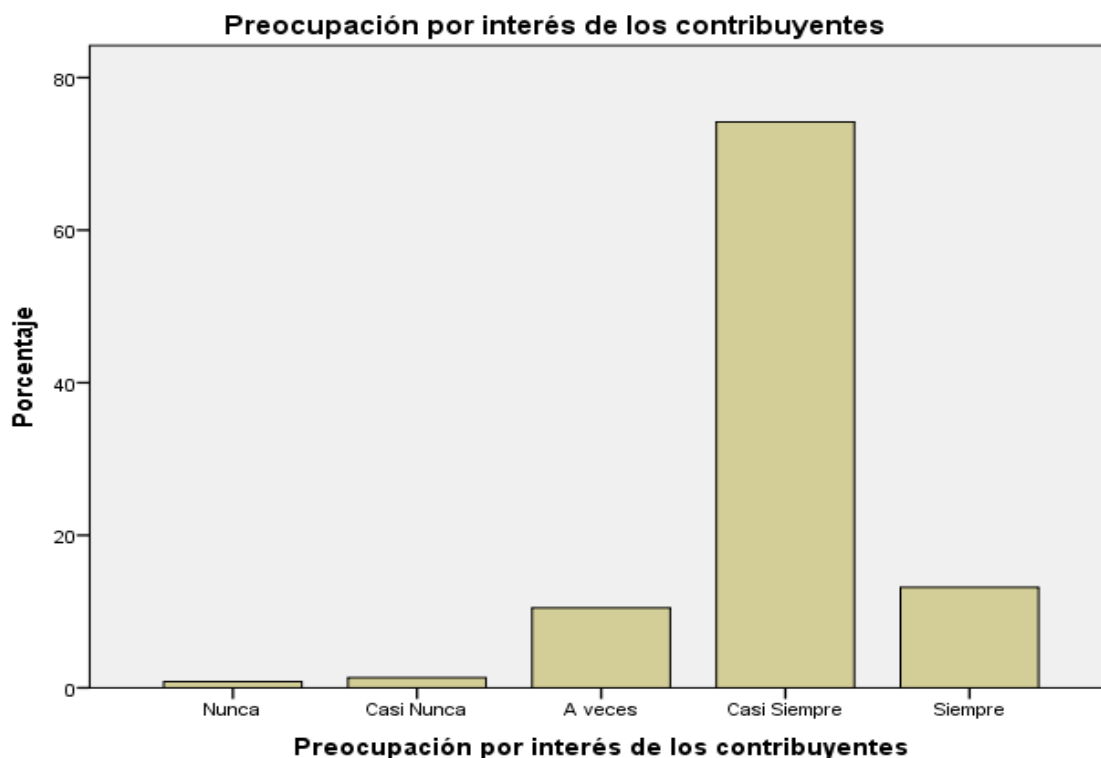
	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	3	,8
Casi Nunca	5	1,3
A veces	39	10,5
Casi Siempre	276	74,2
Siempre	49	13,2
Total	372	100,0

*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

En la tabla 19 se observa que el 74.2 % de contribuyentes consideran que casi siempre hay preocupación por interés de los contribuyentes contra el 0.8% de personas que afirman que nunca hay preocupación por interés de los contribuyentes.

**Figura 19**

*Preocupación por interés de los contribuyentes*



*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

**Tabla 20**

*Los empleados de La SUNAT comprenden sus necesidades específicas*

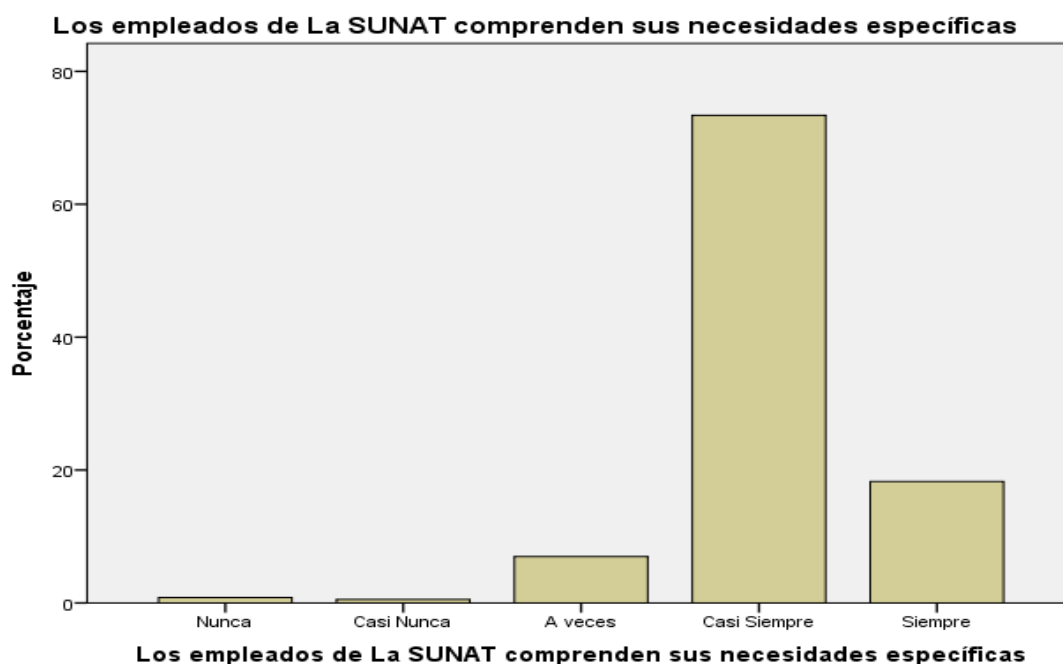
	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	3	,8
Casi Nunca	2	,5
A veces	26	7,0
Casi Siempre	273	73,4
Siempre	68	18,3
Total	372	100,0

*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020

En la tabla 20 se observa que el 73.4 % de contribuyentes consideran que casi siempre Los empleados de La SUNAT comprenden sus necesidades específicas contra el 0.8% de personas que afirman que nunca los empleados de La SUNAT comprenden sus necesidades específicas

**Figura 20**

*Los empleados de La SUNAT comprenden sus necesidades específicas*



*Nota.* Cuestionario aplicado a los contribuyentes de la SUNAT en Julio del 2020



10.4. Fichas de validación de expertos

**FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS 01**

**TÍTULO: “LA CALIDAD DE SERVICIO PERCIBIDA POR LOS CONTRIBUYENTES DE LA SUNAT EN EL DISTRITO DE PIURA, AÑO 2020”**

**OBJETIVO GENERAL:** Determinar la calidad de servicio percibida por los contribuyentes de la SUNAT en el distrito de Piura, año 2020.

**JUEZ EXPERTO:** IRIS PAOLA FIESTAS DEJO      **GRADO ACADÉMICO DEL EXPERTO:** MAESTRO

**FECHA DE REVISIÓN:** 26.07.2020

**FIRMA:**



VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	Redacción clara y precisa	Tiene coherencia con los indicadores	Tiene coherencia con las dimensiones	Tiene coherencia con las variables	OBSERVACIONES
	Tangibilidad	Apariencia de las instalaciones físicas	1. Equipos visualmente modernos	SI	SI	SI	SI	
		Apariencia de los equipos	2. Instalaciones físicas cómodas	SI	SI	SI	SI	
		Apariencia del personal	3. Empleados visualmente pulcros	SI	SI	SI	SI	
		Apariencia de los materiales de comunicación	4. Material (folletos o manuales) visualmente atractivos	SI	SI	SI	SI	

Calidad de Servicio	Fiabilidad	Modo fiable	<p>5. La SUNAT cumple con los plazos de entrega de la documentación</p> <p>6. La SUNAT pone énfasis en los reclamos de los contribuyentes</p> <p>7. Brinda atención al contribuyente eficaz en todas las áreas</p> <p>8. Soluciona sus respuestas a sus problemas tributarios</p> <p>9. Cuando tiene un problema, la SUNAT muestra interés por solucionarlo</p>	SI	SI	SI	SI	
	Capacidad de respuesta	Disposición para ayudar	<p>10. Comunicación con los clientes</p> <p>11. Ofrece una atención rápida</p> <p>12. Los empleados están predispuestos para dar ayuda al contribuyente</p>	SI	SI	SI	SI	
		Confianza	13. ¿El comportamiento de los empleados de La SUNAT es confiable	SI	SI	SI	SI	
		Credibilidad	14. Seguridad en sus transacciones	SI	SI	SI	SI	

	Seguridad	Amabilidad	15. Los empleados suelen ser amables	SI	SI	SI	SI	
		Conocimientos suficientes	16. Los empleados de La SUNAT tienen los conocimientos para responder a preguntas	SI	SI	SI	SI	
	Empatía	Atención individualizada	17. Atención personalizada	SI	SI	SI	SI	
		Horarios de trabajo convenientes	18. Horarios adecuados para los contribuyentes	SI	SI	SI	SI	
		Preocupación por los mejores intereses del contribuyente	19. Preocupación por interés de los contribuyentes	SI	SI	SI	SI	
		Comprensión de necesidades específicas	20. Los empleados de La SUNAT comprenden sus necesidades específicas	SI	SI	SI	SI	

**FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS 02**

**TÍTULO: “LA CALIDAD DE SERVICIO PERCIBIDA POR LOS CONTRIBUYENTES DE LA SUNAT EN EL DISTRITO DE PIURA, AÑO 2020”**

**OBJETIVO GENERAL:** Determinar la calidad de servicio percibida por los contribuyentes de la SUNAT en el distrito de Piura, año 2020.

**JUEZ EXPERTO GLADYS PEÑA PAZOS**

**GRADO ACADÉMICO DEL EXPERTO: DOCTORA**

**FECHA DE REVISIÓN: 25/07/2020**

**FIRMA:**



VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	Redacción clara y precisa	Tienes coherencia con los indicadores	Tienes coherencia con las dimensiones	Tienes coherencia con las variables	OBSERVACIONES
Calidad de Servicio	Tangibilidad	Apariencia de las instalaciones físicas	1. Equipos visualmente modernos	X	X	X	X	
		Apariencia de los equipos	2. Instalaciones físicas cómodas	X	X	X	X	
		Apariencia del personal	3. Empleados visualmente pulcros	X	X	X	X	
		Apariencia de los materiales de comunicación	4. Material (folletos o manuales) visualmente atractivos	X	X	X	X	
		Modo fiable	5. La SUNAT cumple con los plazos de entrega de la documentación 6. La SUNAT pone énfasis en los reclamos de los contribuyentes 7. Brinda atención al contribuyente eficaz en todas las áreas 8. Soluciona sus respuestas a sus problemas tributarios	X	X	X	X	

	Fiabilidad		9. Cuando tiene un problema, la SUNAT muestra interés por solucionarlo					
	Capacidad de respuesta	Disposición para ayudar	10. Comunicación con los clientes 11. Ofrece una atención rápida 12. Los empleados están predispuestos para dar ayuda al contribuyente	X	X	X	X	
		Confianza	13. ¿El comportamiento de los empleados de La SUNAT es confiable	X	X	X	X	
		Credibilidad	14. Seguridad en sus transacciones	X	X	X	X	

	Seguridad	Amabilidad	15. Los empleados suelen ser amables	X	X	X	X	
		Conocimientos suficientes	16. Los empleados de La SUNAT tienen los conocimientos para responder a preguntas	X	X	X	X	
	Empatía	Atención individualizada	17. Atención personalizada	X	X	X	X	
		Horarios de trabajo convenientes	18. Horarios adecuados para los contribuyentes	X	X	X	X	
		Preocupación por los mejores intereses del contribuyente	19. Preocupación por interés de los contribuyentes	X	X	X	X	
		Comprensión de necesidades específicas	20. Los empleados de La SUNAT comprenden sus necesidades específicas	X	X	X	X	



**FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS 03**

**TÍTULO: “LA CALIDAD DE SERVICIO PERCIBIDA POR LOS CONTRIBUYENTES DE LA SUNAT EN EL DISTRITO DE PIURA, AÑO 2020”**

**OBJETIVO GENERAL:** Determinar la calidad de servicio percibida por los contribuyentes de la SUNAT en el distrito de Piura, año 2020.

**JUEZ EXPERTO:** GIOVANNI FIORENTINI CANDIOTTI      **GRADO ACADÉMICO DEL EXPERTO:** MAGISTER

**FECHA DE REVISIÓN:** 30.07.2020

**FIRMA:**



VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	Redacción clara y precisa	Tiene coherencia con los indicadores	Tiene coherencia con las dimensiones	Tiene coherencia con las variables	OBSERVACIONES
	Tangibilidad	Apariencia de las instalaciones físicas	1. Equipos visualmente modernos	SI	SI	SI	SI	
		Apariencia de los equipos	2. Instalaciones físicas cómodas	SI	SI	SI	SI	
		Apariencia del personal	3. Empleados visualmente pulcros	SI	SI	SI	SI	
		Apariencia de los materiales de comunicación	4. Material (folletos o manuales) visualmente atractivos	SI	SI	SI	SI	

Calidad de Servicio	Fiabilidad	Modo fiable	<p>5. La SUNAT cumple con los plazos de entrega de la documentación</p> <p>6. La SUNAT pone énfasis en los reclamos de los contribuyentes</p> <p>7. Brinda atención al contribuyente eficaz en todas las áreas</p> <p>8. Soluciona sus respuestas a sus problemas tributarios</p> <p>9. Cuando tiene un problema, la SUNAT muestra interés por solucionarlo</p>	SI	SI	SI	SI	
	Capacidad de respuesta	Disposición para ayudar	<p>10. Comunicación con los clientes</p> <p>11. Ofrece una atención rápida</p> <p>12. Los empleados están predispuestos para dar ayuda al contribuyente</p>	SI	SI	SI	SI	
		Confianza	<p>13. ¿El comportamiento de los empleados de La SUNAT es confiable</p>	SI	SI	SI	SI	

	Seguridad	Credibilidad	14. Seguridad en sus transacciones	SI	SI	SI	SI	
		Amabilidad	15. Los empleados suelen ser amables	SI	SI	SI	SI	
		Conocimientos suficientes	16. Los empleados de La SUNAT tienen los conocimientos para responder a preguntas	SI	SI	SI	SI	
	Empatía	Atención individualizada	17. Atención personalizada	SI	SI	SI	SI	
		Horarios de trabajo convenientes	18. Horarios adecuados para los contribuyentes	SI	SI	SI	SI	
		Preocupación por los mejores intereses del contribuyente	19. Preocupación por interés de los contribuyentes	SI	SI	SI	SI	
		Comprensión de necesidades específicas	20. Los empleados de La SUNAT comprenden sus necesidades específicas	SI	SI	SI	SI	

## 10.5. Evidencia de procesamiento de datos

CALIDAD DE SERVICIO.sav [Conjunto\_de\_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Edición Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 32 de 32 variables

	CS1	CS2	CS3	CS4	CS5	CS6	CS7	CS8	CS9	CS10	CS11	CS12	CS13	CS14	CS15	CS
1	5	3	3	4	5	3	3	2	2	2	1	3	3	3	4	
2	5	5	4	4	4	3	3	2	1	2	1	1	5	5	5	
3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	2	3	3	3	5	
4	2	2	1	3	4	3	3	2	1	1	2	1	3	3	2	
5	1	2	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	
6	2	2	2	3	5	4	2	2	2	1	3	3	3	3	3	
7	1	1	2	1	5	4	2	1	2	1	1	3	3	3	2	
8	3	3	3	4	4	5	3	2	2	2	3	2	2	2	1	
9	1	4	4	4	4	4	2	1	1	2	1	2	1	2	1	
10	3	3	3	3	3	4	4	2	2	2	1	3	2	2	2	
11	1	4	4	4	4	4	4	2	1	2	1	2	1	1	2	
12	4	4	4	4	4	4	2	3	2	2	2	3	2	2	3	
13	3	3	3	3	3	3	2	2	1	1	2	1	1	2	1	
14	2	1	3	4	4	4	3	2	2	2	3	4	4	2	2	
15	2	1	1	3	4	5	2	1	1	2	1	4	5	2	1	
16	2	2	3	4	3	3	3	2	2	2	1	3	4	3	2	
17	1	2	1	4	3	4	3	2	1	2	1	1	3	2	1	
18	4	4	3	4	5	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	
19	5	5	5	5	5	3	3	2	1	1	2	1	3	3	3	
20	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	
21	5	5	5	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
22	4	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
23	1	3	5	5	5	4	4	2	2	2	1	3	2	2	2	

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo

Escribe aquí para buscar

07:49  
12/09/2020