

UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CIENCIAS

ECONOMICAS



TESIS

*CALIDAD DE ATENCIÓN Y LA CULTURA TRIBUTARIA DEL
CONTRIBUYENTE DEL CENTRO DE SERVICIO DE LA SUNAT- ATE LIMA*

PREPARADO POR:

BACH. LILIAN VANESA QUINTANILLA GOICOCHEA

BACH. ELIZABETH CHILCON ARROYO

PARA OPTAR EL

TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACION

LIMA - PERU

2017

DEDICATORIA:

A Dios y a nuestros padres por acompañarnos en todo momento y guiarnos en nuestras vidas para ser mejores personas y profesionales. Este título es por Uds. familia amada que día a día nos alientan a seguir adelante y lograr el éxito.

AGRADECIMIENTO:

A Dios, que con su amor y bondad nos permite sonreír a nuestros logros que son resultados de su ayuda, a nuestros padres que con su dedicación nos han formado con valores para ser ciudadanas de bien.

Gracias por estar presentes en esta etapa importante de nuestras vidas, y decirles que cada momento vivido será mejor día a día.

PRESENTACION

El presente trabajo de investigación titulado: “Calidad de atención y la cultura tributaria del contribuyente del centro de servicio de la SUNAT-Ate”, lo hemos realizado luego de haber culminado nuestros estudios de pre-grado en esta prestigiosa universidad, donde nos hemos formado profesionalmente para estar al servicio de la sociedad. Nuestro trabajo realizado es con el propósito de obtener el Título de Licenciado en Administración, y es producto de una investigación ardua y constante, cuyo producto final es un análisis comparativo de cómo influye la calidad de atención que brinda un gestor de servicio en la cultura tributaria de los contribuyentes que acuden a Sunat.

INDICE

CAPITULO I : PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....	2
1.2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	3
1.2.1. Problema general	3
1.2.2. Problemas específicos	3
1.3. JUSTIFICACION	3
1.3.1. Justificación teórica.....	3
1.3.2. Justificación práctica.....	4
1.4.OBJETIVOS	4
1.4.1. Objetivo general.....	4
1.4.2. Objetivos específicos	4
CAPITULO II : MARCO TEORICO	5
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION.....	6
2.1.1. Estudios sobre la calidad de atención	6
2.1.2. Estudios sobre la cultura tributaria.....	8
2.1.3. La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria – SUNAT	14
2.1.3.1. Misión	14
2.1.3.2. Visión.....	14
2.1.3.3. Finalidad.....	15

2.2. BASES TEORICAS.....	22
2.2.1. Teoría de la calidad.....	25
2.2.1.1. Teoría de cero defectos	28
2.2.1.2. Teoría de Deming.....	31
2.2.1.3. Teoría de Joseph M. Juran	34
2.2.1.4. Teoría de la Calidad Total.....	38
2.2.2. Hacia la calidad de Atención	41
2.2.3. Aspectos teóricos del servicio	43
2.2.3.1. Características del servicio al cliente	44
2.2.4. Atención al usuario (contribuyente)	45
2.2.5. Hacia la Teoría de la cultura tributaria.....	46
2.2.5.1. Cultura.....	46
2.2.5.2. Cultura tributaria.....	47
2.3. GLOSARIO	50
CAPITULO III: HIPOTESIS Y VARIABLES	52
3.1. Hipótesis General.....	53
3.2. Hipótesis Específicas	53
3.3. Identificación de las Variables.....	53
3.4. Operacionalización de las Variables	54
3.4. Matriz de Consistencia.....	54
CAPITULO IV:METODOLOGIA.....	56

4.1. Tipo de Investigación.....	57
4.2. Diseño de la Investigación	57
4.3. Unidad de Análisis	58
4.4. Población de Estudio.....	58
4.6. Técnicas de recolección de datos	61
4.7. Técnicas de Procesamiento, análisis e interpretación de la Información	61
4.7.1. Técnicas de Procesamiento	61
4.7.2. Análisis e interpretación de la información	61
CAPITULO V: PRESENTACION DE RESULTADOS	62
5.1. Análisis e Interpretación de Resultados	63
5.2. Pruebas de Hipótesis	121
CONCLUSIONES	127
RECOMENDACIONES.....	129
BIBLIOGRAFÍA	130
ANEXOS	135

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su género.....	63
Tabla 2: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su distrito de procedencia. 2017.....	65
Tabla 3: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según el área visitada. 2017.....	67
Tabla 4: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según el rango de edad. 2017.....	68
Tabla 5: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión a ¿Cuando recibe la atención, es saludado cordialmente? 2017.....	70
Tabla 6: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión a ¿El comportamiento de los gestores de servicios le trasmite confianza? 2017.....	71
Tabla 7: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión sobre si: ¿el gestor mostro interés en orientarlo adecuadamente?.....	73
Tabla 8: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión a la comprensión explicación brindada por parte del gestor sobre su consulta tributaria o trámite solicitado. 2017.....	74
Tabla 9: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión al horario de atención. 2017.....	76

Tabla 10: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión respecto a si hay personal suficiente para la atención. 2017.....	77
Tabla 11: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión ¿considera que el tiempo en las ventanillas de atención es el adecuado? 2017.....	79
Tabla 12: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión: ¿Considera que la atención desde que ingreso a SUNAT - Ate es rápida? 2017.....	80
Tabla 13: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión: ¿Consideran que la información brindada por los orientadores es fácil de comprender? 2017.....	82
Tabla 14: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión: Cuando Ud. hace una consulta sobre los nuevos regímenes tributarios, ¿recibe la información actualizada? 2017.....	83
Tabla 15: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión: Ante una consulta ¿Los gestores de servicios respondieron con facilidad? 2017.....	85
Tabla 16: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión: ¿Ha observado mejoras en el funcionamiento general del servicio en sus distintas visitas al centro de atención? 2017.....	86
Tabla 17: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión: ¿Considera que el servicio se adapta perfectamente a sus necesidades como usuario? 2017.....	88

Tabla 18: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión: ¿Cuándo acude al centro de atención sabe que encontrará las mejores soluciones? 2017.....	89
Tabla 19: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión sobre: ¿Considera que la información recibida satisface sus necesidades? 2017.....	91
Tabla 20: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión: ¿Cree Ud. que los gestores de servicio están totalmente calificados para las tareas que tiene que realizar? 2017.....	92
Tabla 21: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate según su grado de instrucción. 2017.....	94
Tabla 22: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicios de SUNAT Ate, según si cuando ha visitado la SUNAT, ¿ha sido por iniciativa propia?.....	95
Tabla 23: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión si, ¿Consideran que los trámites en SUNAT – Ate son fáciles de realizar?.....	97
Tabla 24: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicios de SUNAT de Ate, sobre si ¿Consideran necesario alguna asesoría externa en temas tributarios?.....	98
Tabla 25: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicios de SUNAT de Ate sobre si: ¿Tienen acceso a una computadora con internet en casa?.....	100

Tabla 26: Número y Porcentaje de Contribuyentes que acuden al Centro de servicios de SUNAT de Ate ¿Considera que es fácil encontrar información en la página web de SUNAT?.....	101
Tabla 27: Número y Porcentaje de Contribuyentes que acuden al Centro de servicios de SUNAT de Ate, en respuesta a: ¿Conoce Ud. acerca de la clave SOL? 2017.....	103
Tabla 28: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicios de SUNAT, Ate sobre si: ¿Ha realizado algún trámite en el Sistema de Operaciones en Línea?.....	104
Tabla 29: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicios de SUNAT Ate, acerca de si su respuesta anterior fue “SI”, indique ¿qué tipos de operaciones realizo?, 2017.....	106
Tabla 30: Numero y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicios de SUNAT de Ate 2017 acerca de que si: ¿Considera que los materiales que emite la SUNAT (folletos informativos, estados de cuenta, reporte de declaraciones y pagos, etc.) contienen información importante?.....	108
Tabla 31: Numero y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicios de SUNAT, 2017. ¿El material recibido le ha sido de ayuda en algún trámite realizado?.....	110
Tabla 32: Numero y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicios de SUNAT Ate acerca de que si: ¿Recolecta folletería para llevar a casa e informarse?.....	111
Tabla 33: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicios de SUNAT de Ate según su opinión a ¿Con qué frecuencia consulta la página web de la SUNAT?.....	113

Tabla 34: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicios de SUNAT de Ate según su opinión a que si ¿Cree que es fácil cumplir con sus obligaciones tributarias?.....	115
Tabla 35: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicios de SUNAT de Ate según a si ¿Ha sido sancionado alguna vez por parte de la SUNAT?.....	116
Tabla 36: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicios de SUNAT de Ate con relación a si ¿Ha recibido charlas informativas de la SUNAT para el cumplimiento de sus obligaciones?.....	118
Tabla 37: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicios de SUNAT de Ate con relación a si ¿Consideran que están preparados para cumplir sus obligaciones tributarias?.....	119

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Fines y principios de la educación peruana.....	10
Figura2: Indicadores Estratégicos. Plan estratégico 2012-2016. R.S. 211 – 2016/SUNAT.....	17
Figura3. Ingresos recaudados por la SUNAT, resultados 2015.....	19
Figura 4. Reducción de quejas – reclamos 2015.....	20
Figura 5. Contribuyentes registrados en el RUC -Miles de contribuyentes.....	21
Figura 6. Contribuyentes que declaran y/o pagan-En cantidad de miles y variación %.....	22
Figura7. ISO 9001:2000.....	27
Figura 8. El ciclo de Deming.....	34
Figura 9: Diagrama de la Trilogía de Juran.....	36
Figura 10: Diagrama de la Trilogía de Juran-Cuadro comparativo.....	37
Figura 11. Espiral de progreso de la calidad.....	38
Figura 12. Detalle de fórmula para poder obtener la muestra de la población.....	60

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación fue demostrar de qué manera la calidad de atención influye en el interés sobre cultura tributaria del contribuyente del centro de servicio SUNAT-Ate entre los meses de enero, febrero y marzo del 2017

La metodología de investigación fue de tipo básica, nivel descriptivo comparativo no experimental y de corte transversal; en este estudio se encuestaron a 276 contribuyentes que acuden al centro de servicios del distrito de Ate. Los datos obtenidos a través de la aplicación de la encuesta sobre calidad de atención y cultura tributaria se organizaron y procesaron utilizando la aplicación de IBM SPSS versión 24, los cuales se mostrarán en cuadros y gráficos estadísticos.

Para analizar los datos se utilizó la aplicación de IBM SPSS, se utilizó la técnica estadística Prueba Rho de Spearman para determinar la fiabilidad del instrumento.

De los resultados obtenidos se pudo concluir que en los contribuyentes ha afectado de manera positiva la atención del gestor de servicio porque se evidencia que un 16.30% de los contribuyentes han sido sancionados con alguna infracción por parte de entidad pública. En cuanto al proceso de atención se evidencia la disconformidad al horario de atención de la sede de Ate, ya que un 56.88% indica No sentirse conforme al horario establecido. Por el lado del manejo de información por parte de los gestores de servicio, el contribuyente percibe que un 44.9% absuelven sus consultas manera regular, dando aquí un punto importante para mejora. Finalmente, con respecto a cómo la comprensión de las necesidades forma parte de la calidad de atención y la manera cómo influye positivamente en la cultura tributaria, hemos encontrado resultados positivos, ya que un 43.5% y 39.1% de los contribuyentes indicaron que van a encontrar las mejores soluciones de manera regular y siempre respectivamente.

Palabras claves: Calidad de atención, cultura, tributación, satisfacción, expectativas, percepción de la atención, contribuyente.

ABSTRACT

The objective of the present investigation was to demonstrate how the quality of attention influences the tax culture interest of the taxpayer of the SUNAT-Ate service center between the months of January, February and March of 2017

The research methodology was of a basic type, a non-experimental comparative descriptive level and a cross-sectional one; In this study, 276 taxpayers attending the service center of the district of Ate were surveyed. The data obtained through the application of the survey on quality of attention and tax culture were organized and processed using the IBM SPSS version 24 application, which will be displayed in statistical tables and graphs.

To analyze the data we used the IBM SPSS application, we used Spearman's Rho test statistic technique to determine the reliability of the instrument.

From the results obtained it was possible to conclude that taxpayers have positively affected the attention of the service manager because it is evident that 16.30% of taxpayers have been sanctioned with some infraction by a public entity. Regarding the care process, there is evidence of disagreement with the attention schedule of Ate's headquarters, since 56.88% indicate that they do not feel satisfied with the established schedule. On the side of information management by service managers, the taxpayer perceives that 44.9% absolve their queries regularly, giving here an important point for improvement.

Finally, with respect to how the understanding of needs is part of the quality of care and how it positively influences the tax culture, we have found positive results, as 43.5% and 39.1% of the taxpayers indicated that they will find the best solutions on a regular basis and always respectively.

Keywords: Quality of attention, culture, taxation, satisfaction, expectations, perception of attention, taxpayer.

INTRODUCCIÓN

En el desarrollo del presente trabajo de investigación hemos abordado la calidad de atención que brindan los gestores de servicio del centro de atención de SUNAT de Ate a los contribuyentes que acuden a dicha sede a realizar diversos trámites, consultas y/o reclamos en temas tributarios. Esta investigación se debe a la situación que se viene dando en nuestro país respecto a los constantes cambios en las instituciones públicas, las cuales se están orientando a brindar un buen servicio a la ciudadanía y mejorar su gestión de la calidad. Para ello vamos a analizar su influencia de estos cambios para poder lograr un mayor interés en temas tributarios y el ciudadano tenga el conocimiento necesario para poder cumplir sus obligaciones. La SUNAT por ser la entidad pública encargada de recaudar tributos debe tener una clara perspectiva en brindar servicios de calidad a los contribuyentes de esa manera afianzar la confianza en el gobierno central.

De igual manera daremos a conocer cuál es el impacto que la calidad de atención de los gestores ocasiona en los contribuyentes del Centro de Servicios de SUNAT de Ate, y su influencia en ellos para poder inculcar una cultura tributaria, que como mínimo les permita poder manejar sus temas tributarios básicos; ya que por falta de conocimientos buscan vías de solución alternas siendo la más demandada, las asesorías contables.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA:

Toda organización pública o privada se preocupa principalmente por elevar la producción y productividad al máximo nivel a través de diferentes herramientas de gestión. En los años 40 del Siglo XX no se podía alcanzar estos niveles de producción y productividad por lo que se financiaron investigaciones con relación a la influencia de los factores humanos a partir de estudios de Maslow, Mc Gregor, Argyris donde se empezaron a tratar temas de calidad.

En los últimos años hemos visto como el mundo ha evolucionado a grandes pasos convirtiéndose en un mundo globalizado que exige altos estándares tecnológicos, de calidad y de administración, ante ello las entidades públicas y privadas han visto la necesidad de mejorar la calidad del producto o servicio que brindan u ofertan.

Hoy, en el Perú, evidenciamos un crecimiento económico bastante favorable, pero aún vemos que existe una brecha económica grande en diversos distritos de nuestra capital. En el distrito de Ate, se evidencia que existe aún escasez de medios tecnológicos que esté al alcance de todos los pobladores y si a eso le sumamos el bajo nivel educativo que logran alcanzar a lo largo de su formación académica, se evidencia el porqué de la falta de interés del contribuyente hacia el Sistema Tributario Peruano.

Debido a ese desconocimiento de información tributaria los pobladores cuando deciden formalizar su negocio o inscribirse para trabajar en una empresa por recibos de honorarios, buscan asesorías contables de terceras personas o empresas, lo que implica que inviertan más de la cuenta y en gastos innecesarios.

Es este el motivo, vamos a centrar la presente investigación, y dar alternativas de solución para que los contribuyentes puedan aportar en las fechas previstas y eviten multas o sanciones innecesarias.

1.2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.2.1. Problema general

¿De qué manera la calidad de atención influye en el interés sobre cultura tributaria del contribuyente del centro de servicio SUNAT- Ate?

1.2.2. Problemas específicos

- a. ¿En qué medida la actitud y disposición del gestor de servicios influye en el nivel educativo tributario de los contribuyentes?
- b. ¿Cómo el proceso de atención influye en el acceso a las nuevas tecnologías para los contribuyentes?
- c. ¿En qué medida el manejo de información actualizada influye en el interés sobre cultura tributaria de los contribuyentes?
- d. ¿Cómo la comprensión de necesidades influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias del contribuyente?

1.3. JUSTIFICACION:

1.3.1. Justificación teórica:

Esta investigación se llevará a cabo para conocer la calidad de atención que brindan los gestores del centro de servicios a los contribuyentes que a diario acuden para una orientación adecuada sobre el sistema tributario peruano.

Para fundamentar teóricamente nuestra investigación utilizamos las diferentes teorías administrativas y de calidad que nos ayuden a explicar cómo se relaciona la calidad de atención que se brinda en el centro de servicios de SUNAT-Ate y la influencia que causa en el interés de la cultura tributaria.

1.3.2. Justificación práctica

Esta investigación se usarán herramientas científicas que nos permitan la recolección de datos y cuyos resultados serán analizados para medir la calidad de atención y el nivel de cultura tributaria.

1.4. OBJETIVOS:

1.4.1. Objetivo general:

Demostrar de qué manera la calidad de atención influye en el interés sobre cultura tributaria del contribuyente del centro de servicio SUNAT- Ate.

1.4.2. Objetivos específicos:

- a. Verificar en qué medida la actitud y disposición del gestor de servicios influye en el nivel educativo tributario de los contribuyentes del centro de servicio SUNAT- Ate.
- b. Comprobar cómo el proceso de atención influye en el acceso a las nuevas tecnologías para los contribuyentes del centro de servicio SUNAT- Ate.
- c. Determinar en qué medida el manejo de información actualizada influye en el interés sobre cultura tributaria de los contribuyentes del centro de servicio SUNAT- Ate.
- d. Analizar cómo la comprensión de necesidades influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias del contribuyente del centro de servicio SUNAT- Ate.

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION:

El eje central de nuestra tesis es la calidad de atención de los gestores de servicios y de qué manera influye en el interés sobre cultura tributaria en los contribuyentes que acuden al centro de servicio de SUNAT-Ate, para ello citaremos investigaciones de tesis cuyas variables de estudio se relacionan con las nuestras.

2.1.1. Estudios sobre la calidad de atención:

- 2.1.1.1.** Arrué, J., (2014) *Análisis de la calidad del servicio de atención en la oficina desconcentrada de OSIPTEL Loreto desde la percepción del usuario período junio a setiembre de 2014* (Tesis Maestría) Universidad Nacional de la Amazonia Peruana, San Juan Bautista.

Se realiza un estudio descriptivo no experimental para medir cómo los usuarios perciben el nivel de calidad de los servicios de atención brindados por la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto. Con 196 encuestados a un error del 5%, los resultados de la investigación señalan que la percepción de la calidad del servicio de atención se encuentra en el rango de satisfacción baja (62%), siendo una escala de calificación que podría considerarse como adecuado para el usuario, pero no suficiente respecto al servicio recibido en todo el proceso en la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto. Nótese que, de los resultados obtenidos, sobre los indicadores instalaciones, calidad de profesional y calidad personal, existe un alto grado de satisfacción de parte de los usuarios del servicio.

Los resultados más resaltantes en el indicador de calidad son:

- Factor de comprensión y dominio: El nivel de conocimientos respecto a los temas que son materia de consulta de los usuarios de la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto tienen un alto (buen) nivel de percepción (81%) para la dimensión de comprensión y dominio.
- Factor de claridad expositiva: Existe un alto (buen) nivel de la percepción (77%) del usuario respecto a la capacidad de comunicación del funcionario que atendió su consulta, es decir, que formuló su respuesta con claridad permitiendo el fácil entendimiento del usuario.
- Factor de tiempo de consulta: El 62 % de usuarios que asistieron a las atenciones personales en la oficina desconcentrada del OSIPTEL indicaron haber recibido una atención en el rango de 10 a 20 minutos. Existe un alto nivel de satisfacción (85%) de los usuarios con respecto al tiempo dedicado a la atención.
- Factor utilidad de la orientación: Existe un alto nivel de percepción (75%) del usuario respecto a la utilidad de la información brindada por el funcionario que atendió su consulta, lo cual confirma que la tarea que viene realizando el personal de la oficina desconcentrada del OSIPTEL es importante y reconocida por los usuarios.

2.1.1.2. Civera, M. (2008) *Análisis de la relación de la calidad y satisfacción en el ámbito hospitalario en función del modelo de gestión establecido* (Tesis de Maestría). Universidad Jaime I, Castellón de la Plana, España.

El estudio determina que la importancia de la calidad y la preocupación de los centros sanitarios por su mejora continua es cada vez mayor, para la investigación se realizó 399 entrevistas personales distribuidas entre el Hospital Privado de Valencia capital (Hospital 9 de Octubre), el Hospital Público de Sagunto (Valencia) y el Hospital Público de Gestión Privada de Alzira. Esto da lugar a un error muestral del 5%, para un nivel de confianza del 95.5% y un $p=q=0.5$. El universo han sido individuos mayores de 18 años. Con los datos obtenidos se pudo llegar a las siguientes conclusiones: La atención a los pacientes en estos hospitales es buena aunque existen diferencias mínimas entre ellos, las valoraciones obtenidas en la confianza que inspira el personal de los hospitales son altas. Vemos que el trato a los pacientes en los tres hospitales son buenas ya que es muy personalizado. Pero, respecto a la comodidad en la sala de espera y consultas le falta una mejor infraestructura.

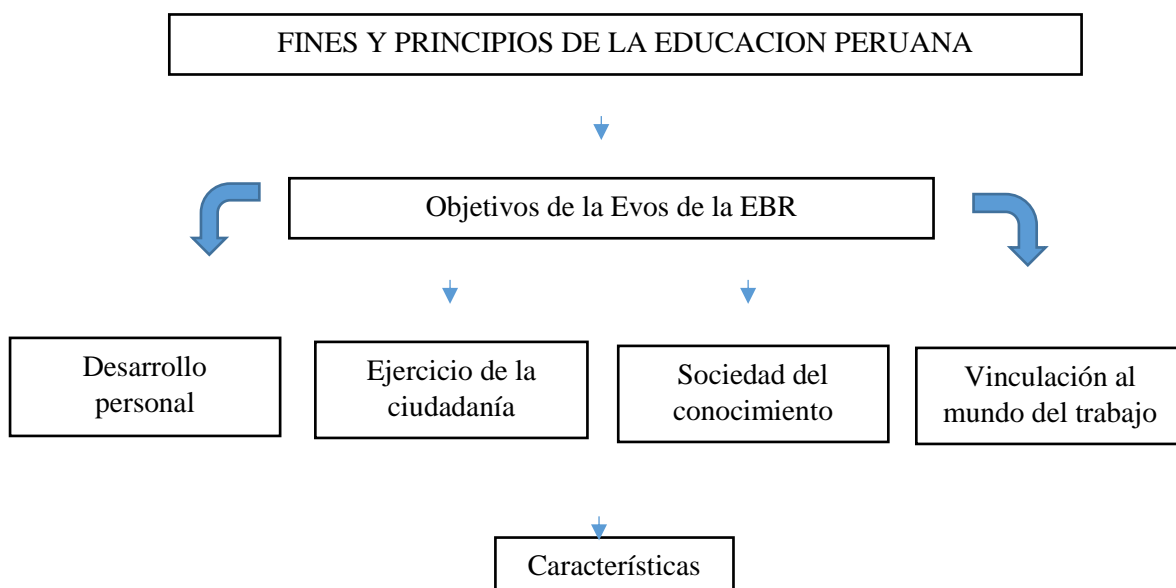
2.1.2. Estudios sobre la cultura tributaria:

2.1.2.1. Gómez y Macedo (2008) *la difusión de la cultura tributaria y su influencia en el sistema educativo peruano* (artículo académico), Investigación Educativa, Lima, Perú.

Se define como la cultura tributaria influye en el crecimiento no solo económico sino también social del país. Toda vez que los pagos adecuados y oportunos de los tributos el gobierno puede cubrir las necesidades básicas de un país.

Las conclusiones y recomendaciones principales de esta investigación fueron las siguientes:

Implementación de un esquema educativo enfocado a “generar mayor conciencia ciudadana y tributaria en la comunidad educativa escolar para promover el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias”. Para lograrlo mencionan el programa implementado del 2007 “Programa de Cultura Tributaria”, en alusión a que la Cultura viene a ser la fuente integradora del conocimiento. El Ministerio de Educación establece como normativas en la Estructura Curricular aprobada en el año 2005 lo siguiente:



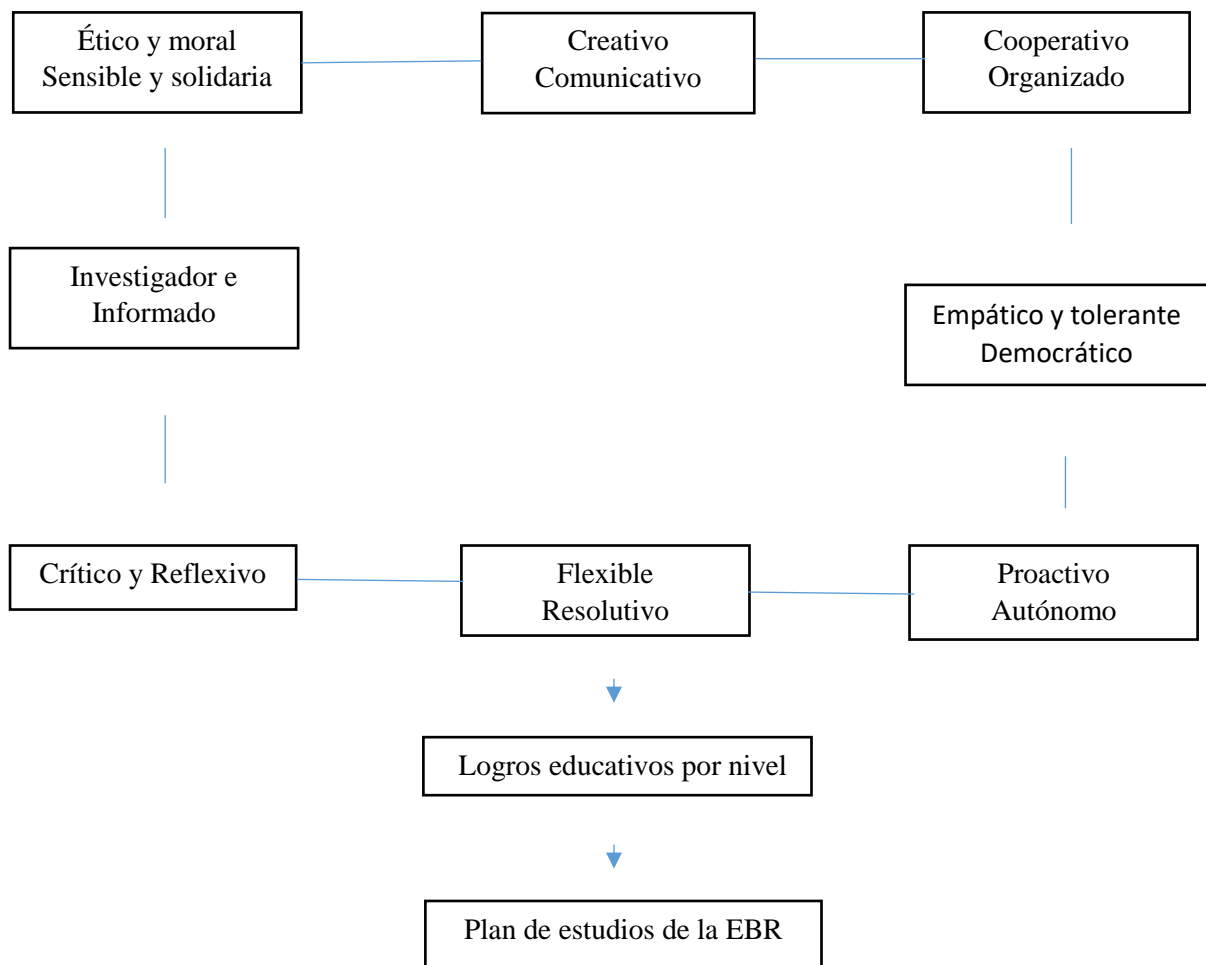


Figura 1: Fines y principios de la educación peruana. <http://Fuente: www.minedu.gob.pe/curriculo/pdf/curriculo-nacional-2016.pdf>

Uno de los objetivos de la Educación Básica Regular es el “Ejercicio de la ciudadanía”. El Programa de Cultura Tributaria aborda contenidos destinados a lograr su cumplimiento, a través de la tributación como una práctica ciudadana.

En este estudio se llegaron las siguientes conclusiones:

En educación inicial, son los primeros años del desarrollo infantil, los cuales son fundamentales para la formación del ser humano a educación debe estar enfocada a potenciar al máximo su desarrollo

cognitivo y la formación de su conciencia moral. El Programa de Cultura Tributaria refuerza la idea de consolidar futuros ciudadanos capaces de cambiar la cultura ciudadana y tributaria tan deficiente que se vive hoy en día.

En educación primaria, la tarea del docente será conducir a los estudiantes a una moral autónoma, ya que ésta permite que el niño tome sus propias decisiones y manifieste sus juicios frente a cualquier situación que afronte como, por ejemplo, si es necesario tributar o no y por qué.

En educación secundaria, en este nivel se afianza la moral convencional y se da la toma de conciencia social ya que son los próximos futuros ciudadanos.

2.1.2.2. Peñaranda, A. (2001) *POLÍTICA, ESTRUCTURA E INSTRUMENTOS PARA LA ASISTENCIA AL CONTRIBUYENTE*, (Trabajo de investigación), Instituto de Estudios Fiscales, Lima, Perú.

Se trata del estudio de como el gestor de servicios cumple un rol primordial en la asistencia al contribuyente, él informa, asiste y proporciona los servicios y medios necesarios para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias. Para lograrlo la SUNAT ha implementado diversas formas de asistencia al contribuyente como son:

Centros de atención al contribuyente:

- a. Agencias bancarias
- b. Unidades móviles de atención

- c. Atención en eventos temporales (ferias)
- d. Atención de manera escrita, telefónica y por medios electrónicos

Este estudio nos da un panorama de los diversos medios que tiene la administración para poder brindar la atención adecuada al ciudadano.

Un tema importante de este trabajo de investigación es “hacia el desarrollo de una cultura tributaria”, debido a que la generación de conciencia tributaria es un objetivo imprescindible en toda estrategia orientada a promover de manera sostenida el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias.

Para esto, es necesario generar en la sociedad el convencimiento de la necesidad de contribuir con el pago de impuestos, “lo que se debe buscar es promover una nueva cultura tributaria vinculada al ejercicio de una ciudadanía responsable, mejorar la recaudación e incrementar la formalidad a partir del cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias, sensibilizar a la población para que asuma como propios los objetivos de la lucha contra la evasión y el contrabando. Por ejemplo, condenar la evasión y la informalidad, proyectar una imagen institucional positiva de la Administración Tributaria, resaltando que además de cumplir con sus funciones de recaudar y fiscalizar, la institución se preocupa por informar y educar a la población.”

Peñaranda sostiene que ya algunas administraciones tributarias han incluido dentro de sus planes estratégicos contribuir con el desarrollo de una cultura tributaria, desarrollando su accionar por quienes en el

futuro tendrán a su cargo los procesos de toma de decisiones: los niños.

La Agencia Española de Administración Tributaria (AEAT) ha desarrollado un programa de educación tributaria, especialmente dirigido a niños y adolescentes de todo el territorio español y pretende concienciar desde temprana edad, el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias como un valor ciudadano. Incluye un conjunto de actuaciones adaptadas a los ciclos que comprende el sistema educativo español, entre los que se destaca:

1. La celebración de jornadas de puertas abiertas de las oficinas de la Agencia Tributaria;
2. La impartición de charlas en colegios, y
3. El establecimiento de un portal en internet sobre educación tributaria.

Por otro lado, sostiene que es necesario trabajar en incluir dentro de los currículos universitarios de todo pre-grado, créditos obligatorios sobre temas tributarios, para que el futuro profesional pueda tener los conocimientos básicos de tributación y de su importancia para el Estado y coadyuve a generarla conciencia colectiva de la sociedad.

“La formación de una nueva cultura tributaria requiere de la implementación de distintas estrategias de difusión masiva que apuntan a instalar la temática en los espacios de consumo cultural de los niños y adolescentes. La escuela es el espacio privilegiado de socialización y transmisión de conocimientos y valores, pero no es el

único, dado que existen mecanismos que conlleven a trabajar una cultura tributaria, aspectos desarrollados como espacios de juegos en internet, obras de teatro, presencia en campos feriales, pasacalles alusivos a la importancia del cumplimiento tributario, los espacios radiales como por ejemplo “aló SUNAT”, revistas infantiles, etc., coadyuvan fuertemente en desarrollo de una cultura tributaria”.

2.1.3. La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria – SUNAT

2.1.3.1. Misión

Servir al país proporcionando los recursos necesarios para la sostenibilidad fiscal y la estabilidad macroeconómica, contribuyendo con el bien común, la competitividad y la protección de la sociedad, mediante la administración y el fomento de una tributación justa y un comercio exterior legítimo.

2.1.3.2. Visión

Convertirnos en la administración tributaria y aduanera más exitosa, moderna y respetada de la región.

- Exitosa, porque lograremos resultados similares a los de las administraciones de los países desarrollados.
- Moderna, porque incorporaremos en nuestros procesos las tecnologías más avanzadas y utilizaremos los enfoques modernos de gestión de riesgo y fomento del cumplimiento voluntario para enfrentar con éxito los desafíos.

- Respetada por:

El Estado: por mantener niveles bajos de evasión y de fraude en la tributación interna y el comercio exterior, y contribuir a financiar los programas sociales y el desarrollo del país.

Los contribuyentes y usuarios de comercio exterior: porque aquellos que son cumplidores se sienten respetados; reciben todas las facilidades para el cumplimiento de sus obligaciones y tienen confianza en la capacidad de la institución de detectar y tratar los incumplimientos.

Sus trabajadores: porque laboran en una institución con mística, modelo dentro del estado; orgullosos de pertenecer a la organización y comprometida con su misión.

Sus trabajadores potenciales: porque es una institución atractiva para trabajar, que compite de igual a igual con las instituciones más atractivas del Estado y con las más respetadas empresas por los mejores egresados de las más prestigiosas instituciones educativas; y es capaz de atraer gente con experiencia que se destaque en el sector público o el privado.

2.1.3.3. Finalidad

La SUNAT tiene como finalidad primordial administrar los tributos del gobierno nacional y los conceptos tributarios y no tributarios que

¹ *Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración tributaria.* (2014). Reglamento de organización y funciones – ROF 201. Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/>

se le encarguen por Ley o de acuerdo a los convenios interinstitucionales que se celebren, proporcionando los recursos requeridos para la solvencia fiscal y la estabilidad macroeconómica; asegurando la correcta aplicación de la normatividad que regula la materia y combatiendo los delitos tributarios y aduaneros conforme a sus atribuciones.

Adicionalmente, debe proveer a los administrados los servicios que les faciliten el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, aduaneras y otras vinculadas a las funciones que realiza la SUNAT, así como brindar servicios a la ciudadanía en general dentro del ámbito de su competencia. Indicadores Estratégicos Institucionales:

Objetivo Estratégico	Indicador	
Mejorar la efectividad del control del incumplimiento tributario y aduanero	I1	Presión tributaria
	I2	Nivel estimado de contrabando
	I3	Ampliación de base tributaria

Brindar servicios de calidad para facilitar y fomentar el cumplimiento tributario	I4	Pago de impuestos
	I5	Comercio transfronterizo
	I6	Nivel de satisfacción del usuario de comercio exterior
	I7	Costo de cumplimiento tributario del ciudadano y/o contribuyente
	I8	Índice de calidad general del servicio
Liderar el desarrollo de la conciencia fiscal y aduanera en la ciudadanía.	I9	Índice de conciencia tributaria
Fortalecer el desarrollo institucional de la SUNAT y del recurso humano	I10	Medición de la percepción ciudadana y líderes de opinión.
	I11	Medición del ambiente laboral en la SUNAT.

Figura2: Indicadores Estratégicos. Plan estratégico 2012-2016. R.S. 211 – 2016/SUNAT. Recuperado de

<http://www.sunat.gob.pe/>

En el último informe establecido por SUNAT el año 2015 nos brinda un panorama de cómo se vienen alcanzado los objetivos estratégicos, la SUNAT cuenta con siete (07) objetivos estratégicos, los mismos que se encuentra alineados con los planes estratégicos nacionales y sectoriales que orientan el desarrollo del país, concretamente con el Plan Estratégico de Desarrollo Nacional, Plan Estratégico Sectorial Multianual (PESEM) y el Marco Macroeconómico Multianual (MMM):

- Ampliar la base tributaria.
- Mejorar el cumplimiento voluntario.
- Reducir costos y tiempos para el usuario.
- Garantizar la seguridad de la cadena logística.
- Reducir el contrabando y el tráfico ilícito de mercancías.
- Reducir el desvío de insumos químicos y bienes fiscalizados.
- Asegurar el fortalecimiento institucional y el desarrollo del recurso humano.

En los resultados finales obtenidos en el 2015, se puede apreciar las recaudaciones que vienen realizando la administración pública, los mismos que analizamos a continuación:

Los Ingresos recaudados por la SUNAT, en el año 2015, ascendieron a S/103 894 millones, monto que representó un nivel de cumplimiento del 100.2% respecto a la meta anual establecida. Cabe señalar que dichos ingresos están compuestos por los Ingresos

Tributarios de Gobierno Central (netos de las devoluciones), las Contribuciones Sociales y los Ingresos No Tributarios, las cuales registraron S/90 262 millones (8,6% de caída en términos reales), S/12 732 millones (3.4% de crecimiento en términos reales) y S/900 millones (28.5% de caída en términos reales), respectivamente.

INDICADOR ESTRATEGICO	UNIDAD DE MEDIDA	EJECUTAD O 2015	META 2015	NIVEL DE CUMPLIMIENT O 2015
4 Ingresos recaudados por la SUNAT	Millones de soles	103,894	103,710	100.2%

Fuente: Intendencia Nacional de Estudios Económicos y Estadística

Elaboración: División de Evaluación y Seguimiento – GPCG

Figura3. Ingresos recaudados por la SUNAT, resultados 2015

Dos de los puntos más importantes que se tomaron en cuenta para la investigación son los objetivos propuestos en la tema de reducción de las quejas y ampliación de la base tributaria. El primero nos hace ver que SUNAT no solo se preocupa por cobrar los tributos y sancionar, sino también dar mayores facilidades para el cumplimiento y brindar un servicio de calidad a los contribuyentes. “Este indicador permite gestionar la priorización de soluciones a situaciones que afectan los productos, servicios, procedimientos u otro aspecto relacionado con el cumplimiento de las obligaciones tributarias o con la interacción del contribuyente o usuario aduanero con la SUNAT”.

Para el año 2015 se estableció como meta reducir en 43% el promedio mensual acumulado de quejas-reclamos respecto de lo obtenido en el año 2014. Es así que el promedio mensual acumulado de quejas durante el año 2014 fue de 2 010, mientras que en el año 2015 fue de 1 135, logrando un nivel de cumplimiento de 101%.

INDICADOR ESTRATEGICO	UNIDAD DE MEDIDA	EJECUT ADO 2015	META 2015	NIVEL DE CUMPLIMIEN TO 2015
7 Reducción de quejas y reclamos	%	43,5%	43%	101.0%

Fuente: Oficina de Defensoría del Contribuyente y Usuario Aduanero

Elaboración: División de Evaluación y Seguimiento – GPCG

Figura 4. Reducción de quejas – reclamos 2015

En cuanto a la ampliación de la base tributaria Al cierre del 2015, la cantidad de contribuyentes inscritos fue de 7,7 millones lo que representa un crecimiento de 7.8 % respecto al 2014. Cabe destacar que, a fines del 2011, los contribuyentes inscritos ascendieron a 5,6 millones, dándose en este lapso un crecimiento de 36.4%.

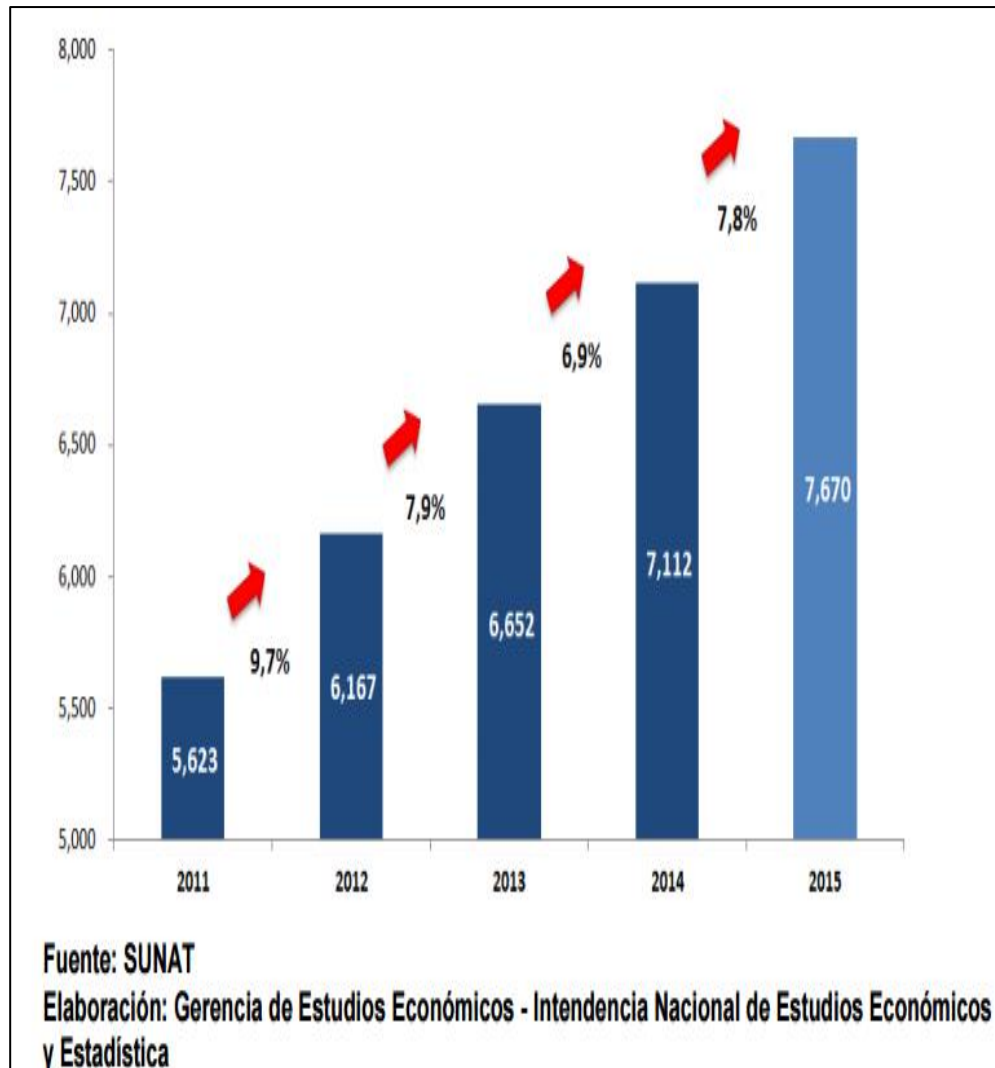


Figura 5. Contribuyentes registrados en el RUC -Miles de contribuyentes

Asimismo, como se puede apreciar en la figura nro. 6, se ha incrementado la cantidad de contribuyentes que declaran y pagan llegando en el 2015 a 1,7 millones de contribuyentes.

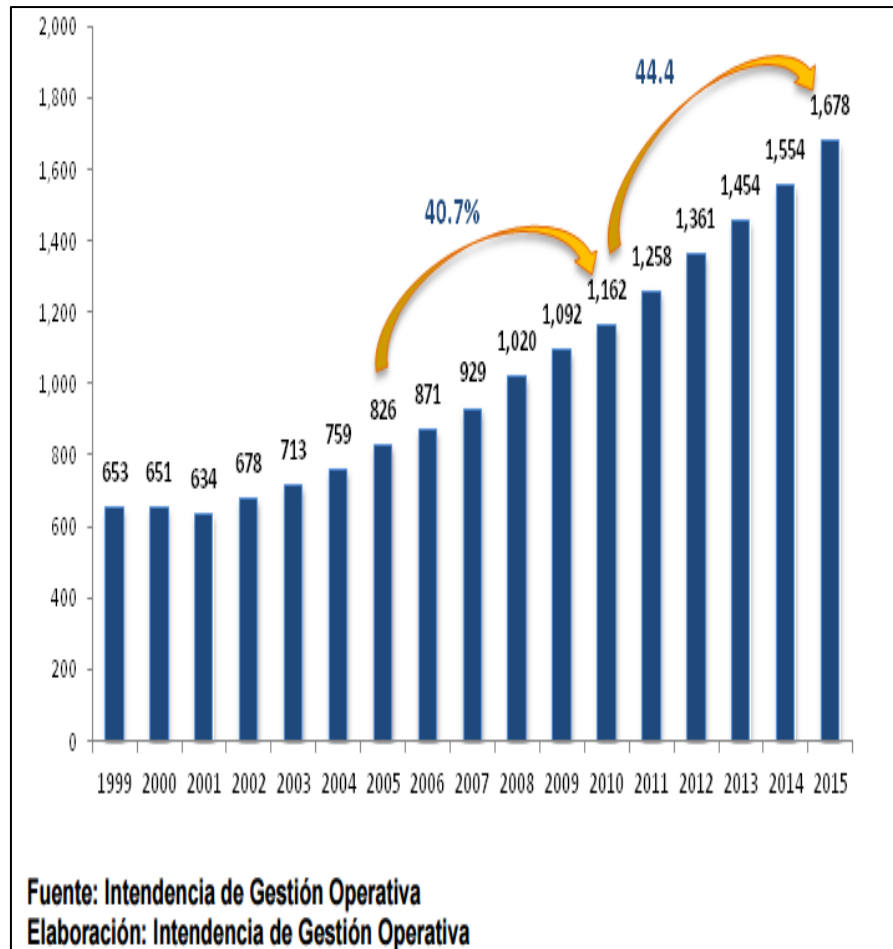


Figura 6. Contribuyentes que declaran y/o pagan

En cantidad de miles y variación %

2.2. BASES TEORICAS

Para afianzar nuestra tesis enunciaremos algunas teorías y movimientos hacia la calidad y el servicio; también abordaremos el tema de cultura tributaria por ser una variable importante dentro de nuestra investigación, las cuales detallaremos a continuación:

2.2.1. Teoría de la Calidad:

Según la Real Academia de la Lengua Española (2001), la palabra calidad proviene del lat. *qualitas*, -ātis, y *este calco del gr. ποιότης* *poiótēs* y la define como propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor”

Existen diversos especialistas que conceptualizan a la calidad desde diferentes puntos de vista y enfoques que citaremos para fines de ampliar el concepto que tenemos sobre el tema de calidad.

Según Duque Oliva (2005), no se encuentra una definición universal de calidad, dado que es dinámica, subjetiva, adaptativa acorde con las diferentes etapas del desarrollo industrial y las organizaciones, en este orden de ideas, es posible encontrar dos tendencias relacionadas con el concepto de calidad, una en la perspectiva del productor (calidad objetiva) y la otra con el punto de vista del consumidor (calidad subjetiva). El objetivo de la primera es la eficiencia, por tal razón, se establecen actividades que permitan estandarizar y controlar la calidad, mientras que la calidad subjetiva depende del cumplimiento de las necesidades, deseos y expectativas de los clientes.

Para Harold L. Gilmore basándose en el enfoque de fabricación define a calidad como "la medida en que un producto específico se ajusta a un diseño o especificación".

Según Robert Pirsing (2006), un enfoque trascendental define que la "calidad no es ni materia ni espíritu, sino una tercera entidad independiente de las otras dos..., aun cuando la calidad no pueda definirse, usted sabe bien qué es".

Según Barbara W. Tuchman la calidad es "una condición de excelencia que implica una buena calidad a diferencia de la baja calidad... Calidad es lograr o alcanzar el más alto nivel en vez de contentarse con lo chapucero o lo fraudulento".

Armand V. Feigenbaum basado en el valor define a "calidad significa lo mejor para ciertas condiciones del cliente. Estas condiciones son: a) el uso actual y b) el precio de venta del producto".

Stanley Marcus basándose en el cliente conceptualiza a calidad como cuando "se logra la satisfacción del cliente al vender mercancías que no se devuelven a un cliente que sí vuelve".

Según los autores Robert A. Broh. Armand V. Feigenbaum la "Calidad es el grado de excelencia a un precio aceptable y el control de la variabilidad a un costo aceptable"; estos autores enfocan este concepto en base al valor de la calidad.

La norma ISO 9000 (2000) define la calidad como el grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos. La International Standard Organization (ISO) es un organismo internacional especializado en crear estándares y está integrado por los institutos de estandarización de alrededor de 130 países miembros. Su oficina principal se encuentra en Ginebra, Suiza.

Por su parte, la norma ISO 9000:2000² ha incorporado ocho principios clave:

1. Organización enfocada en el cliente.
2. Liderazgo.
3. Participación de las personas.
4. Enfoque en los procesos.
5. Enfoque de sistemas para la administración.
6. Mejora continua.
7. Toma de decisiones basada en hechos.
8. Relaciones mutuamente benéficas entre proveedores.

² Administración de la Calidad, Donna Summers (2006), Capítulo II. p. 37

La ISO 9000:2000 está conformada por tres áreas que consideramos importantes mencionar para entender cómo abarcan la calidad:

- ISO 9000:2000. Sistemas de administración de la calidad: Principios y vocabulario, proporciona información respecto de los conceptos y el vocabulario utilizados en las otras dos normas. Sirve como referencia para facilitar la interpretación de los requerimientos de ISO 9001:2000, pero en realidad no contiene requerimientos.

- ISO 9001:2000, Sistemas de administración de la calidad: Requerimientos, enumera los requerimientos que las organizaciones deben satisfacer para lograr la certificación. ISO 9001 fue diseñada para aplicarse en cualquier tipo de organización, sin importar su tamaño ni el sector industrial al que pertenezca (ver figura 7). Esta norma consta de cuatro secciones principales. El primero de ellos cita a la responsabilidad de la dirección: Esta sección se centra en cómo afecta el análisis de la información el desempeño del sistema de administración de la calidad de una organización. Se busca información sobre la manera en que la dirección de la organización establece sus políticas de calidad, lleva a cabo su planificación, alcanza sus objetivos y transmite los requerimientos del cliente. La segunda sección menciona, la administración de recursos, los requerimientos que forman parte de esta sección piden detalles respecto de la disponibilidad y extensión de los recursos. Tales recursos incluyen información, instalaciones, comunicación, personal y entorno laboral. Además se evalúa la efectividad de la capacitación.

La tercera sección del ISO 9001: 2000, Realización de productos y/o servicios, la realización de productos y/o servicios se concentra en la manera en que el análisis de los requerimientos del cliente y la autoevaluación de la organización conducen a la mejora continua de los procesos y de los métodos de trabajo. Y por último que vendría a ser la cuarta sección, Medición, análisis y mejora que examina los métodos de medición que emplea la organización para evaluar sus procesos, productos o servicios.

ISO 9001: 2000

Sección 4: Sistema de administración de la calidad

4.1 Requerimientos generales

4.2 Requerimientos de documentación

Sección 5: Responsabilidad de la dirección

5.1 Compromiso de la dirección

5.2 Enfoque en el cliente

5.3 Política de calidad

5.4 Planificación

5.5 Responsabilidad, autoridad y comunicación

5.6 Revisión por parte de la dirección

Sección 6: Administración de recursos

6.1 Provisión de recursos

6.2 Recursos humanos

6.3 Infraestructura

6.4 Entorno laboral

Sección 7: Realización de productos y/o servicios

7.1 Planificación de la realización de productos

7.2 Procesos relacionados con el cliente

7.3 Diseño y desarrollo

7.4 Compras

7.5 Provisión de productos y servicios

7.6 Control de equipos para supervisión y medición

Sección 8: Medición, análisis y mejora

8.1 Principios generales

8.2 Supervisión y medición

8.3 Control de producto no conforme

8.4 Análisis de datos

8.5 Mejora

Figura7. ISO 9001:2000

- ISO 9004:2000, Sistemas de administración de la calidad: Directrices para la mejora del desempeño, proporciona una guía para las compañías que desean ir más allá de la norma ISO 9001:2000 y establecer un sistema de administración de la calidad que no sólo cumpla los requerimientos del cliente, sino que también

se enfoque en la mejora del desempeño. La norma ISO 9004:2000 no es obligatoria y, por lo tanto, no ofrece certificación.

Estos enfoques de diferentes autores no buscaban definir la calidad como el compromiso que debe tener el trabajador para hacer las cosas eficientemente, por el contrario, se debía entender por calidad a lo que los trabajadores tenían que hacer para que la organización sobreviva. Camisón et al. (2008) afirma:

Sin embargo, la meta era la supervivencia de la organización, y no el compromiso de todos sus empleados. El rol de los empleados y la contribución vital que las personas pueden hacer a la organización de su trabajo no fueron adecuadamente reconocidos por estos primeros gurús en calidad.

En los tiempos modernos los cambios son más drásticos, en la administración se vio un profundo cambio el papel de la calidad dentro de las organizaciones.

2.2.1.1. Teoría de cero defectos:

La teoría de cero defectos ha sido propuesta por Philip Crosby (2006), quien sostiene que "Calidad (significa) conformidad con los requisitos", a la vez el autor define 4 principios absolutos de la administración de la calidad:

a. Definición de la calidad: Conformidad con los requerimientos: Crosby consideraba que era necesario definir la calidad para poder administrarla. Los requerimientos del cliente deben traducirse a características mensurables para los productos y servicios de la organización. Crosby hacía hincapié en la necesidad de que las organizaciones eficientes comprendan la importancia de determinar los requerimientos del cliente, definiéndolos lo más claramente posible para

después generar los productos u ofrecer los servicios que responderán a ellos.

b. Sistema de calidad - prevención de defectos: Necesita implementarse para garantizar que los productos y servicios proporcionados por la compañía satisfagan los requerimientos del cliente. La prevención de problemas relacionados con la calidad es bastante más rentable en el largo plazo. La determinación de las causas raíz de los defectos y la prevención de su recurrencia constituyen una parte integral de los sistemas efectivos.

c. Estándar de desempeño de calidad - cero defectos: Se refiere a la fabricación correcta de los productos desde el primer intento, sin imperfecciones. El control de la calidad tradicional se centraba en la inspección final y en niveles “aceptables” de defectos. Las organizaciones eficientes deben establecer o mejorar los sistemas que permitan a los empleados realizar su trabajo en un nivel óptimo desde la primera vez.

d. Medición de la calidad - costos de la calidad: El autor hace referencia a los costos asociados con dotar a los clientes de un producto o servicio conforme a sus expectativas. Los costos de la calidad, son aquellos relacionados con la decepción de los clientes, la re fabricación, el tiempo desaprovechado y los costos de material, así como los costos

en que se incurre cada vez que se desperdicia un recurso en la fabricación de un producto de calidad o en el ofrecimiento de un servicio.

Philip Crosby (2006) propone que todo trabajo es un proceso. Este concepto implica que cada trabajo o tarea debe ser considerada no como algo aislado; sino como parte de una cadena interrelacionada en la que se va multiplicando la siguiente trilogía:

- Proveedor e insumos que él proporciona.
- Proceso realizado a través de trabajo de cada persona.
- Clientes o usuarios que reciben el producto o servicio.

Philip Crosby (2006) tiene muy bien definidos los pasos que deben seguirse para que en una organización implante el Proceso para el Mejoramiento de la Calidad (PMC).

1. Compromiso en la dirección.
2. Equipos de mejoramiento de la calidad.
3. Medición de la calidad.
4. Evaluación del costo de la calidad.
5. Concientización de la calidad.
6. Equipos de acción correctiva.
7. Comités de acción.
8. Capacitación.
9. Día cero defectos.
10. Establecimiento de metas.

11. Eliminación de la causa de error.
12. Reconocimiento.
13. Consejo de calidad.
14. Repetir el proceso de mejoramiento de calidad.

La filosofía de administración de la calidad de Crosby concuerda en la necesidad de comprender mejor las complejidades implícitas en la administración de una organización. Gran parte de su enfoque tiene que ver con simplificar los conceptos relacionados con la definición de calidad, y la urgencia de diseñar sistemas que respalden la idea de manufacturar productos u ofrecer servicios libres de defectos.

2.2.1.2. Teoría de Deming:

Dentro de las aportaciones principales que el Doctor William Edwards Deming implemento y recomendó fue utilizar el ciclo Planificar – Hacer – Estudiar - Actuar (conocido también como ciclo PDSA, por las siglas en inglés de Planificar (Plan), Hacer (Do), Estudiar (Study), Actuar (Act), en lugar de implementar una especie de solución de emergencia (figura 8), ha sido utilizado desde su inicio como una metodología de mejora continua y se aplica a todo tipo de situaciones.

La filosofía del doctor Deming hace gran hincapié en la participación de la administración, la mejora continua, el análisis estadístico, la fijación de metas y la comunicación. Su mensaje, puede resumirse en los 14 puntos de Deming (2006), estas bases pueden ser aplicadas en cualquier tamaño de compañía y sirven tanto en empresas de servicios

como las dedicadas a la fabricación. Los puntos se presentaron por primera vez en su libro *Out of the Crisis (Salir de la Crisis)* fueron las siguientes:

1. Crear constancia en la mejora de productos y servicios, con el objetivo de ser competitivo y mantenerse en el negocio, además proporcionar puestos de trabajo.
2. Adoptar una nueva filosofía de cooperación en la cual todos se benefician, y ponerla en práctica enseñándola a los empleados, clientes y proveedores.
3. Desistir de la dependencia en la inspección en masa para lograr calidad. En lugar de esto, mejorar el proceso e incluir calidad en el producto desde el comienzo.
4. Terminar con la práctica de comprar a los más bajos precios. En lugar de esto, minimizar el costo total en el largo plazo. Buscar tener un solo proveedor para cada ítem, basándose en una relación de largo plazo de lealtad y confianza.
5. Mejorar constantemente y por siempre los sistemas de producción, servicio y planificación de cualquier actividad. Esto va a mejorar la calidad y la productividad, bajando los costos constantemente.
6. Establecer entrenamiento dentro del trabajo (capacitación).
7. Establecer líderes, reconociendo sus diferentes habilidades, capacidades y aspiraciones. El objetivo del supervisor debería ser ayudar a la gente, máquinas y dispositivos a realizar su trabajo.

8. Eliminar el miedo y construir confianza, de esta manera todos podrán trabajar más eficientemente.
9. Borrar las barreras entre los departamentos. Abolir la competición y construir un sistema de cooperación basado en el mutuo beneficio que abarque toda la organización.
10. Eliminar eslóganes, exhortaciones y metas pidiendo cero defectos o nuevos niveles de productividad. Estas exhortaciones solo crean relaciones de rivalidad, la principal causa de la baja calidad y la baja productividad reside en el sistema y este va más allá del poder de la fuerza de trabajo.
11. Eliminar cuotas numéricas y la gestión por objetivos.
12. Remover barreras para apreciar la mano de obra y los elementos que privan a la gente de la alegría en su trabajo. Esto incluye eliminar las evaluaciones anuales o el sistema de méritos que da rangos a la gente y crean competición y conflictos.
13. Instituir un programa vigoroso de educación y auto mejora.
14. Poner a todos en la compañía a trabajar para llevar a cabo la transformación. La transformación es trabajo de todos.

La influencia del doctor Deming sigue estando presente en la actualidad. Muchos de los conceptos e ideas que desarrolló pueden encontrarse en los programas de mejora continua y en los estándares internacionales de nuestros días. Por ejemplo, en su revisión del año 2000, la International Organization for Standardization Quality Standard (ISO 9000) hizo especial hincapié en la participación y

responsabilidad de la administración, incluyendo la comunicación de los requerimientos de los clientes, el desarrollo de un plan integral general que respalde la satisfacción de dichos requerimientos, la medición de características clave de productos y servicios, la impartición de capacitación constante y la demostración de liderazgo.

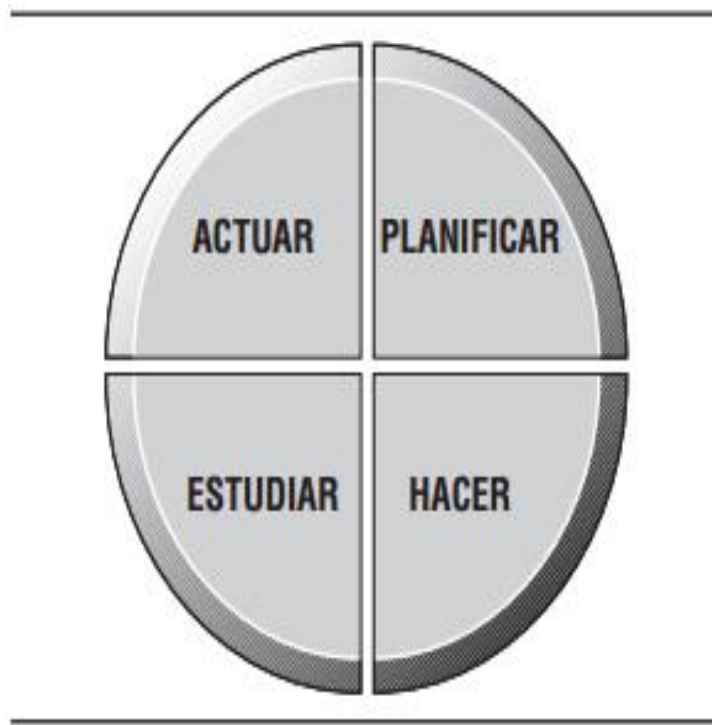


Figura 8. El ciclo de Deming FUENTE: Tomado de Out of the Crisis, de W. Edwards

Deming

2.2.1.3. Teoría de Joseph M. Juran (2006):

Para Juran, la calidad es un concepto que es preciso encontrar en todos los aspectos del negocio, y los líderes deben guiar la administración de la empresa en función de la calidad.

El doctor Juran hace hincapié en la necesidad de mejorar la totalidad del sistema. Para mejorar la calidad, los miembros de la compañía

deben desarrollar técnicas y habilidades, y saber cómo aplicarlas. Su definición de calidad va más allá del producto o del momento en que se brinda un servicio. Para el doctor Juran, la calidad es un concepto que es preciso encontrar en todos los aspectos del negocio, y los líderes deben guiar la administración de la empresa en función de la calidad.

Juran postuló tres principios fundamentales, el liderazgo de primer nivel, la educación continua y la planificación anual para mejora de calidad y reducción de costos. El doctor Juran arguye la importancia de alcanzar una calidad de clase mundial mediante la identificación de la necesidad de mejora, la selección de los proyectos apropiados y la creación de una estructura organizacional que guíe el diagnóstico y el análisis de los proyectos. El éxito de los esfuerzos tendentes a la mejora estimula descubrimientos importantes en relación con el conocimiento y las actitudes. Es preciso que haya un compromiso y liderazgo personal entre los directivos de primer nivel para romper la resistencia cultural al cambio.

La trilogía Juran aprovecha tres procesos administrativos: planificación de la calidad, control de la calidad y mejora de la calidad (figura 9 y 10). Al seguir las directrices del doctor Juran, las organizaciones pueden reducir los costos asociados con la mala calidad, así como eliminar el gasto excesivo. La planificación de la calidad induce el desarrollo de estrategias para seguir en armonía con las necesidades y expectativas de los clientes.

El control de la calidad se basa en comparar los productos manufacturados contra las metas y especificaciones. La mejora de la

calidad involucra el proceso de mejora continua, necesario para que la compañía siga teniendo éxito.

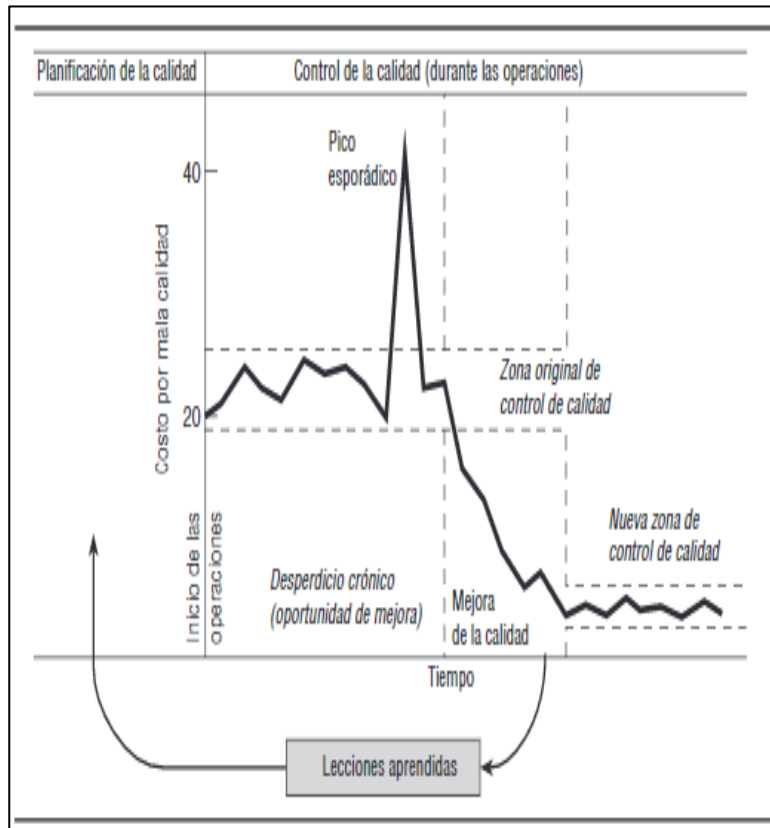


Figura 9: Diagrama de la Trilogía de Juran

Planificación de la calidad	Control de la calidad	Mejora de la calidad
Determinar quiénes son los clientes	Evaluar el desempeño real del producto	Establecer la infraestructura
Determinar las necesidades de los clientes	Comparar el desempeño real del producto con sus metas	Identificar los proyectos de mejora
		Establecer los equipos para desarrollo de proyectos

<p>Desarrollar las características del producto que respondan a las necesidades de los clientes</p> <p>Desarrollar los procesos capaces de producir las características del producto</p> <p>Transferir los planes a las fuerzas operativas</p>	<p>Actuar ante la diferencia</p>	<p>Proporcionar los recursos, la capacitación y la motivación para que los equipos:</p> <p>Diagnostiquen las causas</p> <p>Estimulen las soluciones</p> <p>Establezcan controles para conservar los beneficios alcanzados.</p>
--	----------------------------------	--

Figura 10: Diagrama de la Trilogía de Juran-Cuadro comparativo

Una definición sencilla de calidad es “adecuación al uso”. Este grafico del espiral del progreso de la calidad (figura 11) muestra una secuencia típica de actividades para poner un producto en el mercado. Este espiral es una versión altamente simplificada de lo que ocurre en una gran empresa.



Figura 11. Espiral de progreso de la calidad

2.2.1.4. Teoría de la Calidad Total:³

Para ampliar el concepto de calidad y de la importancia que este término tiene dentro de nuestro trabajo de tesis; hablaremos respecto a la Teoría sobre la Calidad Total que en primera instancia es enunciada por el japonés Kaoru Ishikawa quien tuvo grandes aportes sobresalientes con relación a las contribuciones para el desarrollo de la

³ Maestros de la calidad. : <http://maestrosdelacalidadop100111.blogspot.pe/2012/09/filosofia-kaoru-ishikawa.html?m=1>, en donde podemos encontrar la información de los mayores exponentes de los tratados sobre las teorías de calidad.

teoría, los principios, las técnicas y las actividades de control de calidad.

Todos quienes estamos interesados en el tema de la calidad debemos estudiar a Ishikawa pero no solamente de manera superficial, repasando sus planteamientos, sino analizando profundamente su concepción del trabajo y sobre todo aplicándola cada quien a su propio entorno.

Ishikawa menciona que “La Calidad Total comienza comprendiendo las necesidades y expectativas del cliente para luego satisfacerlas y superarlas.

Es el cliente quien califica la calidad del producto o servicio que se ofrece; de allí que la calidad no debe ser tomada en su valor absoluto o científico, sino que es un valor relativo, en función del cliente”.

Ishikawa centra su idea principalmente en 7 herramientas con el fin de mejorar el control de la calidad que mencionamos a continuación:

1. Los diagramas de Pareto.
2. Los diagramas de causa-efecto (diagramas “espinas de pescado” o Ishikawa)
3. Los histogramas
4. Las hojas de control
5. Los diagramas de dispersión
6. Los flujo gramas
7. Los cuadros de control de calidad

Según Ishikawa, de lo mencionado anteriormente, podemos destacar los CCC (Círculos de Control de Calidad) que en síntesis son “Grupos de voluntarios”, estables en el tiempo, que tienen como objetivo principal mejorar la calidad de los procesos y el entorno de trabajo.

Los círculos de calidad persiguen como objetivo último la obtención de mejoras en el seno de la empresa. Adicionalmente, cumplen otras dos funciones:

FUNCIONES	DESCRIPCION
<p>Involucrar y aumentar el compromiso de las personas con su empresa</p>	<p>Herramienta para involucrar a las personas en la obtención de mejoras en su entorno de trabajo, a través del análisis de problemas y propuestos de cambios.</p>
<p>Canal de comunicación ascendente y descendente</p>	<p>A través de los círculos se pueden transmitir sugerencias de mejora a los niveles superiores de la organización y recibir información de la dirección.</p>

Una de las principales condiciones que debe darse en los círculos de calidad es que estén apoyados desde la dirección de la empresa.

Ishikawa menciona que “La Calidad Total comienza comprendiendo las necesidades y expectativas del cliente para luego satisfacerlas y superarlas.

Es el cliente quien califica la calidad del producto o servicio que se ofrece; de allí que la calidad no debe ser tomada en su valor absoluto o científico, sino que es un valor relativo, en función del cliente”.

2.2.2. Hacia la calidad de Atención:

Las escalas de medición de la calidad son discutidas de manera abundante en la literatura. Sin embargo, en principio, para efectos del presente proyecto de investigación se reconocen dos formas de medir la calidad de atención: una, desde el punto de vista del gestor de servicios, como adaptación a las especificaciones establecidas para la prestación y la otra desde la perspectiva del usuario.

Se han propuesto muchas definiciones sobre calidad de atención, pero una que ha llegado a ser clásica es la expuesta por Avedis Donabedian (1980), la formulaba de la siguiente manera: "Calidad de la atención es aquella que se espera que pueda proporcionar al usuario el máximo y más completo bienestar después de valorar el balance de ganancias y pérdidas que pueden acompañar el proceso en todas sus partes"⁴.

⁴ En el Libro “Evolución de la Calidad del Sistema”, Marina Alonso Cristóbal (2008), es donde se recopila sus mayores aportaciones sobre calidad de atención.

Malcoim baldrige (1987) refiere que: La satisfacción al cliente se entiende como el conocimiento que la empresa tiene de los clientes, sus sistemas de servicio, su capacidad de respuesta y su aptitud para satisfacer los requerimientos y las expectativas del cliente. (Larrea p.36)

Es correcto afirmar que la calidad de atención fue entendida, principalmente a partir del enfoque metodológico conocido como “SERVQUAL”, como la valoración subjetiva que hacen los usuarios de los servicios, sobre el conjunto de características del mismo que logran satisfacer sus necesidades o expectativas. Así mismo, se entendió la percepción como una sensación física interpretada a la luz de la experiencia; una cognición rápida, aguda e intuitiva. Por tanto, la satisfacción se asumió como una medida de resultado para la valoración de la calidad de la atención en el CSC Ate, SUNAT.

Por su parte, en la definición de “usuario” se consideró que se trata de una persona con necesidades y preocupaciones, cuya emoción está muy afectada y seguramente no siempre tiene la razón, pero tiene que estar en primer lugar si una institución como es SUNAT se propone servir con calidad.

Concretamente, se debe tener en cuenta que la valoración global del establecimiento condiciona la evaluación de las distintas dimensiones de la atención brindada. Esta circunstancia implica que los gestores de servicios deben prestar especial atención no solo a las operaciones y personas implicadas en la atención brindada, sino también a la imagen global que proyectan en el

país a través de las distintas acciones de comunicación e interacción con la sociedad en la que operan.

De ese modo, medir la calidad de atención resulta complicado por la variedad de sus dimensiones; probablemente esa sea la razón por la que las investigaciones desarrolladas en los distintos sectores de la actividad organizacional, por el momento, están más dirigidas a demostrar la validez y la confiabilidad de los instrumentos que a resultados empíricos que permitan elaborar programas de intervención para solucionar problemas y generar condiciones para la mejora continua de la calidad de atención.

2.2.3. Aspectos teóricos del servicio:

Es importante obtener un conocimiento previo sobre el concepto de servicio, para poder distinguirlo del concepto atención, ya que para efectos del presente proyecto de investigación se podrían asociar.

Según la literatura revisada se puede deducir que, el servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o del servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo.

Kotler y Armstrong (1989) definen un servicio “como una actividad o un beneficio que una parte puede ofrecer a otra, la cual es esencialmente intangible, y no resulta en la posesión de alguna cosa”. (pag.3).

Del mismo modo, Berry y Parasuraman (1991) consideran que un servicio es una entidad, cuya principal fuente de beneficio es intangible.

Los servicios presentan algunas características específicas muy distintas de las de los bienes de consumo, que van a condicionar la gestión y la calidad desde el mismo momento del diseño (Vargas Quiñones & Aldana de la Vega, 2007, pág. 60). Algunas de ellas son:

- a. La propiedad: Los clientes no adquieren la propiedad, sino el uso o disponibilidad del servicio. La intangibilidad del servicio hace innecesaria una transferencia de la titularidad del proceso de compra.
- b. El contacto directo: La producción de las empresas se clasifica según el grado de contacto directo con el cliente; contacto que a medida que crece se compromete más con la zona del servicio.
- c. Participación del cliente: En el servicio, producción y consumo son inseparables, de modo que el usuario forma parte de aquellas y de la prestación.

Es importante aclarar, con los servicios brindados por la institución puede que los usuarios estén muy satisfechos, aunque la atención recibida no sea del todo adecuada; también ocurre que pueden quedar descontentos aun recibiendo una atención especializada, porque a veces ellos quieren o esperan algo que incluso puede ser perjudicial, irrelevante o innecesario.

2.2.3.1. Características del servicio al cliente:

En relación a este punto, Humberto Serna Gómez (2006) afirma que entre las características más comunes se encuentran las siguientes:

1. Es Intangible, no se puede percibir con los sentidos.

2. Es Perecedero, Se produce y consume instantáneamente
3. Es Continuo, quien lo produce es a su vez el proveedor del servicio.
4. Es Integral, todos los colaboradores forman parte de ella.
5. La Oferta del servicio, prometer y cumplir.
6. El Foco del servicio, satisfacción plena del cliente.
7. El Valor agregado, plus al producto.

2.2.4. Atención al usuario (contribuyente):

Es el “conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los usuarios en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas, y por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros usuarios” Blanco M., (2001).

La atención al cliente es el conjunto de prestaciones que el cliente espera como consecuencia de la imagen, el precio y la reputación del producto o servicio que recibe.

Para llevar una política exitosa de atención al cliente, la empresa debe poseer fuente de información sobre su mercado objetivo y el comportamiento de los consumidores. El hecho de conocer los orígenes y necesidades de estas expectativas permitirá, posteriormente, convertirlas en demanda. Para determinarlo, se deben realizar encuestas periódicas que permitan identificar los posibles servicios que se van a ofrecer y determinar las estrategias y técnicas que se pueden utilizar.

Los responsables de la dirección de las empresas deben mostrar un compromiso con la atención al cliente, de modo que puedan implicar a todos sus empleados para lograr que las relaciones con los clientes sean comprendidas como una fuente de beneficios y valor añadido para todos. Este valor debe formar parte de la cultura empresarial.

En el servicio solo se percibe la satisfacción a través del comportamiento del trabajador que lo atiende. Si existe disposición, el servicio será bueno, si lo que prevalece es la indiferencia, los trabajadores siempre darán un servicio que resultara malo. El servicio es el resultado de un proceso de transformación de las personas que lo brindan, las cuales deben conocer muy bien a lo que se dedican.

2.2.5. Hacia la Teoría de la cultura tributaria:

Para abordar el tema de cultura tributaria comenzaremos a definir lo que cultura, ya que en nuestro trabajo de investigación es otra de nuestras variables indispensables; pasaremos a detallar algunos conceptos sobre cultura y luego cultura tributaria para tener más claro lo que implica nuestro proyecto de investigación.

2.2.5.1. Cultura:

El uso de la palabra “cultura” ha ido variando a lo largo de la historia de la humanidad. En la Edad Antigua, para los romanos significa inicialmente “cultivo de la tierra”, y luego, por extensión metafóricamente, “cultivo de las especies humanas”. Se usaba

alternadamente con el término civilización, que también deriva del latín y es lo opuesto al salvajismo, la barbarie o al menos la rusticidad. Civilizado era el hombre educado.

Según la Real Academia de la Lengua Española define a cultura como “Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grados de desarrollo artísticos, científico, industrial, en una época, grupo social”. Por lo que toda sociedad tiene cultura y toda cultura es puesta en práctica, por las personas que se interrelacionan; siendo de esta manera la sociedad igual a la cultura.

2.2.5.2. Cultura tributaria:

Con respecto a la cultura tributaria en el presente trabajo daremos a conocer algunos conceptos principales de cómo definen algunos autores a la cultura tributaria.

- Carolina Roca (2011) define cultura tributaria como un “Conjunto de información y el grado de conocimientos que en un determinado país se tiene sobre los impuestos, así como el conjunto de percepciones, criterios, hábitos y actitudes que la sociedad tiene respecto a la tributación”.
- Según las autoras Armas y Colmenares (2009, p.148) quienes citan a Goliá (2003, p.1) definen la cultura tributaria como “el conjunto de conocimientos, valoraciones, actitudes referidas a los tributos, así como al nivel de creencia respecto de los deberes y

derechos que derivan para los sujetos activos y pasivos de esa relación”.

- Asimismo, Silvestri y Silvestri (2011, p.11) el cual cita a Méndez (2004) define la cultura tributaria como “un campo de las representaciones sociales sobre la relación Estado-sociedad que ha sido poco explorada por las ciencias sociales”. De acuerdo a lo expresado por Mires (2006, p.59), está referida “al conjunto de conocimientos, valoraciones y actitudes de un determinado grupo social”.

- Según Mendoza Dun (2002), la Cultura Tributaria representa una parte de la cultura nacional, tiene un contenido individual, al consistir en la creencia íntima que tiene cada persona miembro de una agrupación social que el impuesto constituye una aportación justa e imprescindible y de provecho al ser utilizado para satisfacer las necesidades de la colectividad de la cual forman parte.

La importancia de promover la cultura tributaria comprende la obligación del cumplimiento tributario puede ser suficiente para lograr los objetivos de la recaudación fiscal, dependiendo de la percepción de riesgo de los contribuyentes y de la capacidad de fiscalización y sanción de la Administración Tributaria. Pero hay contextos sociales en los que se percibe una ruptura o disfunción entre la ley, la moral y la cultura, estos tres sistemas regulan el comportamiento humano.

La cultura ciudadana, es un conjunto de programas y proyectos orientado a mejorar las condiciones de la convivencia ciudadana mediante un cambio conductual consciente, partiendo de la premisa de que la modificación voluntaria de los hábitos y creencias de la colectividad puede llegar a ser un componente crucial de la gestión pública, del gobierno y la sociedad civil.

No pueden llevarse a cabo políticas tributarias o fiscales verdaderamente eficaces sin contar con el conglomerado humano, para ello, debe tomarse en cuenta el factor humano y social. Todas las normas y planificaciones tributarias corren el riesgo de ser estériles si no se presta la debida atención a las creencias, actitudes, percepciones y formas de conducta de los ciudadanos, a su moral personal y colectiva, e incluso a sus ideas sobre el modo de organizar la convivencia. Por ese motivo es la importancia especialmente en aquellas sociedades aquejadas por una conciencia tributaria débil y un Estado poco funcional, factores que generalmente se ven acompañados y agudizados por situaciones de crisis de valores sociales que refuerzan la hipótesis del divorcio entre cultura, moral y ley.

2.3. GLOSARIO:

La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria –

SUNAT: Es un organismo técnico especializado, adscrito al Ministerio de Economía y Finanzas, cuenta con personería jurídica de derecho público, con patrimonio propio y goza de autonomía funcional, técnica, económica, financiera, presupuestal y administrativa que, en virtud a lo dispuesto por el Decreto Supremo N° 061-2002-PCM, expedido al amparo de lo establecido en el numeral 13.1 del artículo 13° de la Ley N° 27658, ha absorbido a la Superintendencia Nacional de Aduanas, asumiendo las funciones, facultades y atribuciones que por ley, correspondían a esta entidad.

CENTROS DE SERVICIOS AL CONTRIBUYENTE (CSC): Son aquellos que cuentan con los servicios de orientación, trámites, cabinas y mesa de partes, incluyendo aquellos que funcionan junto con Centros de Control y Fiscalización (CCF).⁵

CONTRIBUYENTE: Persona obligada por ley al pago de un impuesto.

CALIDAD: Es la habilidad que posee un sistema para operar de manera fiable y sostenida en el tiempo, a un determinado nivel de desempeño; en una organización de servicios”. Domínguez C. Humberto (2006).

CULTURA: Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.

SERVICIO: Son un conjunto de acciones que se realizan para servir a alguien.

CALIDAD DE SERVICIO: La calidad del servicio que se presta al cliente es un valor agregado invisible que puede determinar que aquel vuelva o que nunca más pise nuestro

⁵ PILOTO DEL SISTEMA DE MEDICIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LOS CENTROS DE SERVICIOS AL CONTRIBUYENTE - CANAL PRESENCIAL- GERENCIA DE ORIENTACIÓN Y SERVICIOS INTENDENCIA DE GESTIÓN OPERATIVA, L-XX-2016-S-GOS-V.01 (2016)

negocio. Para que esto último no suceda, es necesario hacer esfuerzos específicos, coherentes y continuados. Según lo indica K. Ibrecht (1990), la secuencia de defectos y los planes para lograr superarlos están claramente desarrollados en este libro. No lo entenderán quienes no quieran mejorar su gestión porque, como dice un refrán popular, no hay peor sordo que el que no quiere escuchar.

ROF (Reglamento de Organización y Funciones): El Reglamento de Organización y Funciones (ROF) es un instrumento técnico normativo de gestión que determina la naturaleza, finalidad, competencia, estructura orgánica y relaciones de una entidad Pública, las funciones y la composición de cada una de sus dependencias; las atribuciones, jerarquías de decisión y ámbito de supervisión de los cargos directivos.

CAPITULO III

HIPOTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis General:

La calidad de atención influye directamente en el interés sobre cultura tributaria del contribuyente del centro de servicio SUNAT- Ate.

3.2. Hipótesis Específicas:

H1: La actitud y disposición del gestor de servicios influye directamente el nivel educativo tributario de los contribuyentes.

H2: El proceso de atención influye directamente en el acceso a las nuevas tecnologías para los contribuyentes.

H3: El manejo de información actualizada influye positivamente en el interés sobre cultura tributaria.

H4: La comprensión de necesidades influye positivamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias del contribuyente.

3.3. Identificación de las Variables:

Variable 1. Dependiente: calidad de atención

Definición conceptual: Es el conjunto de prestaciones que el cliente espera como consecuencia de la imagen, el precio y la reputación del producto o servicio que recibe.

Variable 2. Independiente: cultura tributaria

Definición conceptual: Es el nivel de conocimiento que tienen los contribuyentes de una sociedad acerca del sistema tributario y sus funciones.

3.4. Operacionalización de las Variables:

Según las variables identificadas hemos realizado la identificación de nuestros indicadores:

V.1: Calidad de Atención:

- 1.1 Actitud y disposición del gestor de servicios.
- 1.2 Proceso de atención.
- 1.3 Manejo de información actualizada.
- 1.4 Comprensión de necesidades.

V.2: Cultura tributaria:

- 1.1 Nivel educativo de los contribuyentes.
- 1.2 Acceso a las nuevas tecnologías de información y comunicación (tic's).
- 1.3 Interés.
- 1.4 Cumplimientos de las obligaciones tributarias del contribuyente.

3.4. Matriz de Consistencia:

A continuación presentaremos nuestra matriz de consistencia con las variables identificadas para nuestro trabajo de investigación:

TITULO	DEFINICION DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	FORMULACION DE HIPOTESIS	VARIABLES E INDICADORES	INDICADORES	METODOLOGIA	POBLACION Y MUESTRA	TECNICAS E INSTRUMENTOS
<p>CALIDAD DE ATENCIÓN Y LA CULTURA TRIBUTARIA DEL CONTRIBUYENTE DEL CENTRO DE SERVICIO SUNAT- ATE</p>	<p>PROBLEMA GENERAL:</p> <p>¿De qué manera la calidad de atención influye en el interés sobre cultura tributaria del contribuyente del centro de servicio SUNAT- Ate?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL:</p> <p>Demostrar de qué manera la calidad de atención influye en el interés sobre cultura tributaria del contribuyente del centro de servicio SUNAT- Ate.</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL:</p> <p>La calidad de atención influye directamente en el interés sobre cultura tributaria del contribuyente del centro de servicio SUNAT- Ate.</p>	<p>V.1:</p> <p>CALIDAD DE ATENCION</p>	<p>1.1 Actitud y disposición del gestor de servicios</p> <p>1.2 Proceso de atención</p> <p>1.3 Manejo de información actualizada</p> <p>1.4 Comprensión de necesidades.</p>	<p>Tipo: Básica</p> <p>Nivel: Descriptiva, comparativa</p> <p>Diseño: No experimental</p>	<p>Población:</p> <p>N: 980</p> <p>Z: 1.96</p> <p>E: 0.05</p> <p>p: 0.5</p> <p>q: 0.5</p> <p>Muestra: n: 276</p>	<p>Los datos obtenidos a través de la aplicación de la encuesta sobre calidad de atención y cultura tributaria se organizaron y procesaron utilizando la aplicación de IBM SPSS versión 24, los cuales se mostrarán en cuadros y gráficos estadísticos.</p>
	<p>PROBLEMAS ESPECIFICOS:</p> <p>-¿En qué medida la actitud y disposición del gestor de servicios influye en el nivel educativo tributario de los contribuyentes?</p> <p>-¿Cómo el proceso de atención influye en el acceso a las nuevas tecnologías para los contribuyentes?</p> <p>-¿En qué medida el manejo de información actualizada influye en el interés sobre cultura tributaria de los contribuyentes?</p> <p>-¿Cómo la comprensión de necesidades influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias del contribuyente?</p>	<p>OBJETIVOS ESPECIFICOS:</p> <p>-Verificar en qué medida la actitud y disposición del gestor de servicios influye en el nivel educativo tributario de los contribuyentes del centro de servicio SUNAT- Ate.</p> <p>-Comprobar cómo el proceso de atención influye en el acceso a las nuevas tecnologías para los contribuyentes del centro de servicio SUNAT- Ate.</p> <p>-Determinar en qué medida el manejo de información actualizada influye en el interés sobre cultura tributaria de los contribuyentes del centro de servicio SUNAT- Ate.</p> <p>-Analizar cómo la comprensión de necesidades influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias del contribuyente del centro de servicio SUNAT- Ate.</p>	<p>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS:</p> <p>H1: La actitud y disposición del gestor de servicios influye directamente el nivel educativo tributario de los contribuyentes.</p> <p>H2: El proceso de atención influye directamente en el acceso a las nuevas tecnologías para los contribuyentes.</p> <p>H3: El manejo de información actualizada influye positivamente en el interés sobre cultura tributaria.</p> <p>H4: La comprensión de necesidades influye positivamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias del contribuyente.</p>	<p>V.2:</p> <p>CULTURA TRIBUTARIA</p>	<p>1.1 Nivel educativo de los contribuyentes.</p> <p>1.2 Acceso a las nuevas tecnologías de información y comunicación (tic's)</p> <p>1.3 Interés</p> <p>1.4 Cumplimiento s de las obligaciones del tributarias del contribuyente.</p>			

CAPITULO IV

METODOLOGIA

4.1. Tipo de Investigación:

Según Zorrilla (1993) nuestra investigación se define como una investigación básica, en el cual se busca el progreso científico, acrecentar los conocimientos teóricos, sin interesarse directamente en sus posibles aplicaciones o consecuencias prácticas; para ello se busca conocer y entender mejor la atención a los contribuyentes por parte de los gestores de servicios del centro de atención SUNAT- Ate y como ello influye en sus conocimientos sobre cultura tributaria.

4.2. Diseño de la Investigación:

Corresponde un nivel de investigación DESCRIPTIVA COMPARATIVA porque va a señalar las características más importantes de la línea de estudio, en este caso, la percepción que tienen los contribuyentes al recibir la orientación en relación a las variables de actitud y disposición del gestor de servicios, procesos adecuados, manejo de la información actualizada y la comprensión de las necesidades del contribuyente; y cuál es el impacto en ellos para lograr el interés sobre cultura tributaria.

Investigación descriptiva; Tiene como objeto la descripción precisa del evento de estudio. “Este tipo de investigación, la indagación va dirigida a responder las preguntas: quién, qué, dónde, cuándo, cuántos” (Borderleau, 1997).

Investigación comparativa; Por lo general se realiza con dos o más grupos, y su objetivo es comparar el comportamiento de uno o más eventos en los grupos observados. Requiere como logro anterior la descripción del fenómeno y la clasificación de los resultados.

El diseño de nuestra investigación es no experimental, porque no se manipula la variable.

4.3. Unidad de Análisis:

Los contribuyentes que visitan el centro de atención de servicios SUNAT – Ate.

4.4. Población de Estudio:

La población de la presente investigación está conformada por todos los contribuyentes que se acercaron al centro de atención de la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT) de Ate, los cuales acuden para obtener información o realizar trámites de RUC como personas naturales y/o jurídicas.

Entre los trámites y consultas más comunes que se realizan en el centro de atención son: inscripción, alta de tributos, modificación de datos, reportes de declaraciones y pagos, declaraciones en el sistema Sol, etc.; las orientaciones están dirigidas a los regímenes tributarios del sistema peruano, información de sus multas, solicitudes de devoluciones, reclamos, apelaciones, etc.

Actualmente se observa un gran cambio en el sistema tributario peruano, ya que se está flexibilizando varios procesos para el beneficio del contribuyente, y esto está generando más confianza para que las personas se acerquen hacia el centro de atención, para efecto del presente estudio la cantidad promedio de los contribuyentes que son atendidos diariamente esta alrededor de 980 personas entre hombres y mujeres mayores de edad, las cuales serán nuestra población a estudiar.

En total son: 980 contribuyentes al día en promedio, según reporte de atenciones diarias por centro de servicio, este reporte se realizaron entre los meses de enero, febrero y marzo del 2017, meses que tienen mayor afluencia de contribuyentes por ser vencimiento de declaraciones anuales.

4.5. Tamaño de la Muestra y selección de muestra:

Muestra:

Con la cantidad de la población se procedió a seleccionar una muestra representativa, para lo cual se usa la siguiente fórmula:

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

Donde:

n = es el tamaño de la muestra

Z = es el nivel de confianza = 1.96

p = es la variabilidad positiva = 0.5

q = es la variabilidad negativa = 0.5

E = es la precisión o error = 0.05

N = es el tamaño de la población = 980

$$Z = \frac{\text{Valor de la variable} - \text{Media de la variable}}{\text{Desviación estándar de la variable}} = \frac{X - \mu}{\sigma}$$

X = Valor de la variable

μ = Media de la variable

σ = Desviación estándar de la variable

Realizando cálculos:

$$\frac{(1.96^2)(0.5)(0.5)(980)}{(980)(0.05^2) + (1.96^2)(0.5)(0.5)} = \frac{941.192}{3.4104} = 275.98$$

$$n = 276$$

El número de usuarios del CSC Ate a ser encuestados son n = 276 personas.

B) SI SE CONOZCA CON PRECISION EL TAMAÑO DE LA POBLACION

$$n = \frac{Z^2 pq N}{(N) E^2 + Z^2 p q} = \frac{(1.96^2)(0.5)(0.5)(980)}{(980)(0.05^2) + (1.96^2)(0.5)(0.5)} = \frac{941.192}{3.4104} = 275.98$$

Donde:

- n = es el tamaño de la muestra
- Z = es el nivel de confianza = 1.96 = 0.95 = (-1.96 < Z < 1.96) = 0.95
- p = es la variabilidad positiva = 0.5
- q = es la variabilidad negativa = 0.5
- E = es la precision o error = 0.05
- N = es el tamaño de la población = 980

Distribucion Normal estandar Inversa

$$Z = \frac{\text{Valor de la variable} - \text{Media de la variable}}{\text{Desviación estándar de la variable}} = \frac{X - \mu}{\sigma}$$

- X = Valor de la variable
- μ = Media de la variable
- σ = Desviación estándar de la variable

Figura 12. Detalle de fórmula para poder obtener la muestra de la población.

4.6. Técnicas de recolección de datos:

El muestreo realizado es de tipo probabilístico aleatorio simple ya que “cada miembro de la población tiene una posibilidad igual o independiente de ser seleccionado como parte de la muestra”.

4.7. Técnicas de Procesamiento, análisis e interpretación de la Información:

4.7.1. Técnicas de Procesamiento:

Los datos obtenidos a través de la aplicación de la encuesta sobre calidad de atención y cultura tributaria se organizaron y procesaron utilizando la aplicación de IBM SPSS versión 24, los cuales se mostrarán en cuadros y gráficos estadísticos.

4.7.2. Análisis e interpretación de la información:

Para analizar los datos se utilizó la aplicación de IBM SPSS, se utilizó la técnica estadística Prueba Rho de Spearman para determinar la fiabilidad del instrumento.

CAPITULO V

PRESENTACION DE RESULTADOS

5.1. Análisis e Interpretación de Resultados:

A continuación, se muestra los resultados de la investigación, para los cuales se utilizó la recolección de datos a través de encuestas dirigidas a los contribuyentes del centro de atención SUNAT-Ate y fueron procesados a través del programa IBM SPSS.

Terminado el proceso recolección de datos mediante la aplicación del instrumento, se procesó estadísticamente los datos recolectados, los resultados obtenidos fueron organizados en cuadros y gráficos para su respectivo análisis e interpretación.

En lo siguiente se muestran 37 cuadros con sus respectivos gráficos, análisis e interpretación correspondiente a cada pregunta del cuestionario:

Tabla 1: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su género. 2017

		Contribuyentes	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	148	53,6	53,6	53,6
	Masculino	128	46,4	46,4	100,0
	Total	276	100,0	100,0	

Gráfico N° 1: Porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su género.

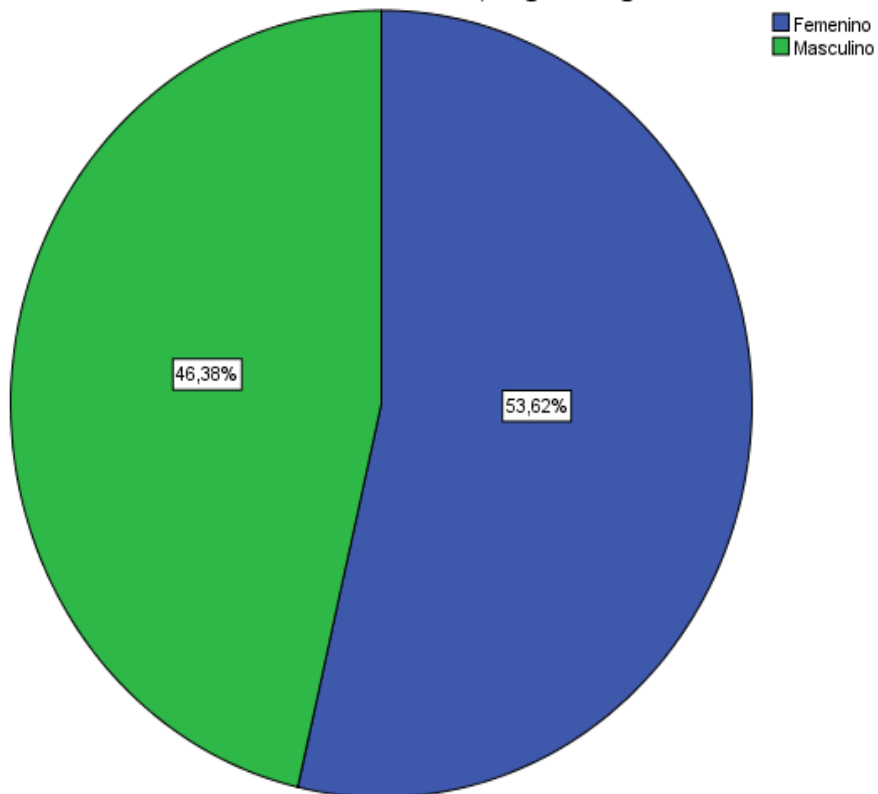
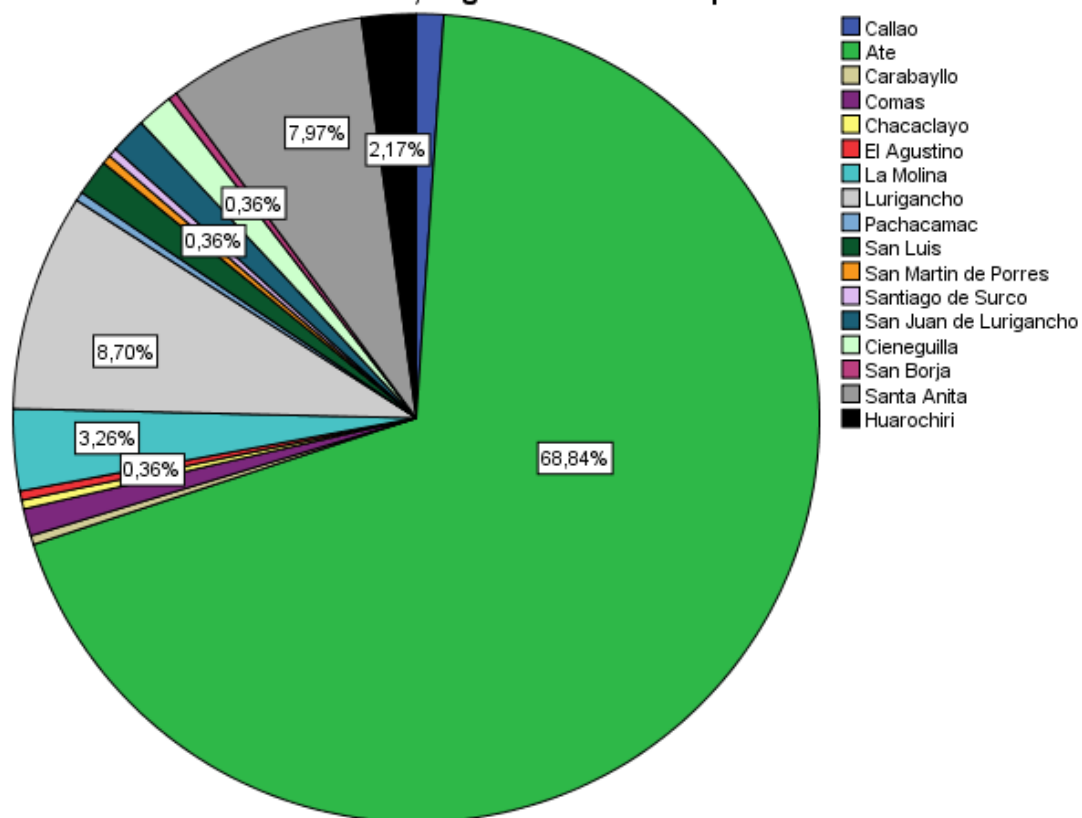


Grafico N° 1, sobre el porcentaje de contribuyentes que acuden al centro de servicio SUNAT de Ate, el 53.62% de los encuestados es del género femenino, mientras que 46.38% es del género masculino.

Tabla 2: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su distrito de procedencia. 2017

		Contribuyen	Porcentaj	Porcentaje	Porcentaje
		tes	e	válido	acumulado
Válido	Callao	3	1,1	1,1	1,1
	Ate	190	68,8	68,8	69,9
	Carabayllo	1	,4	,4	70,3
	Comas	3	1,1	1,1	71,4
	Chaclacayo	1	,4	,4	71,7
	El Agustino	1	,4	,4	72,1
	La Molina	9	3,3	3,3	75,4
	Lurigancho	24	8,7	8,7	84,1
	Pachacamac	1	,4	,4	84,4
	San Luis	4	1,4	1,4	85,9
	San Martin de Porres	1	,4	,4	86,2
	Santiago de Surco	1	,4	,4	86,6
	San Juan de Lurigancho	4	1,4	1,4	88,0
	Cieneguilla	4	1,4	1,4	89,5
	San Borja	1	,4	,4	89,9
	Santa Anita	22	8,0	8,0	97,8
	Huarochari	6	2,2	2,2	100,0
	Total	276	100,0	100,0	

Gráfico N° 2: Porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su distrito de procedencia.

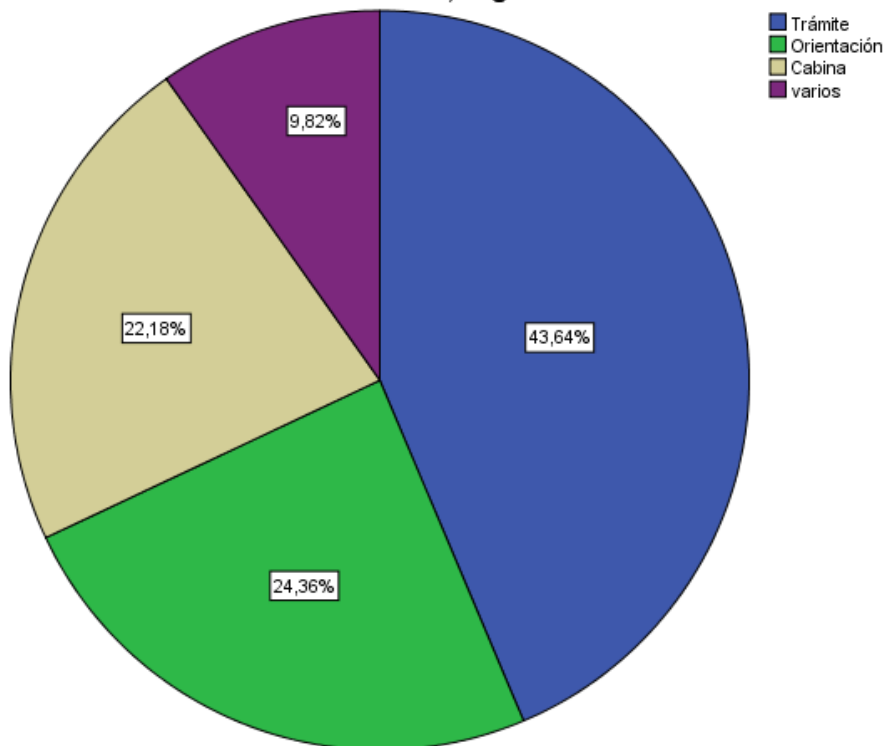


En el gráfico N° 2, se puede observar que el 68.84% de contribuyentes encuestados provienen del distrito de origen de la sede en estudio. El 31.16% de los contribuyentes se desplazan desde diferentes lugares de la ciudad de Lima, siendo los distritos de Lurigancho (Chosica, Santa Eulalia, Huachipa) y Santa Anita los que concentran a la mayor proporción de visitantes con 8.70% y 7.97% respectivamente.

Tabla 3: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según el área visitada. 2017

		Contribuyentes	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Trámite	120	43,5	43,6	43,6
	Orientación	67	24,3	24,4	68,0
	Cabina	61	22,1	22,2	90,2
	varios	27	9,8	9,8	100,0
	Total	275	99,6	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,4		
Total		276	100,0		

Gráfico N° 3: Porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según el área visitada.

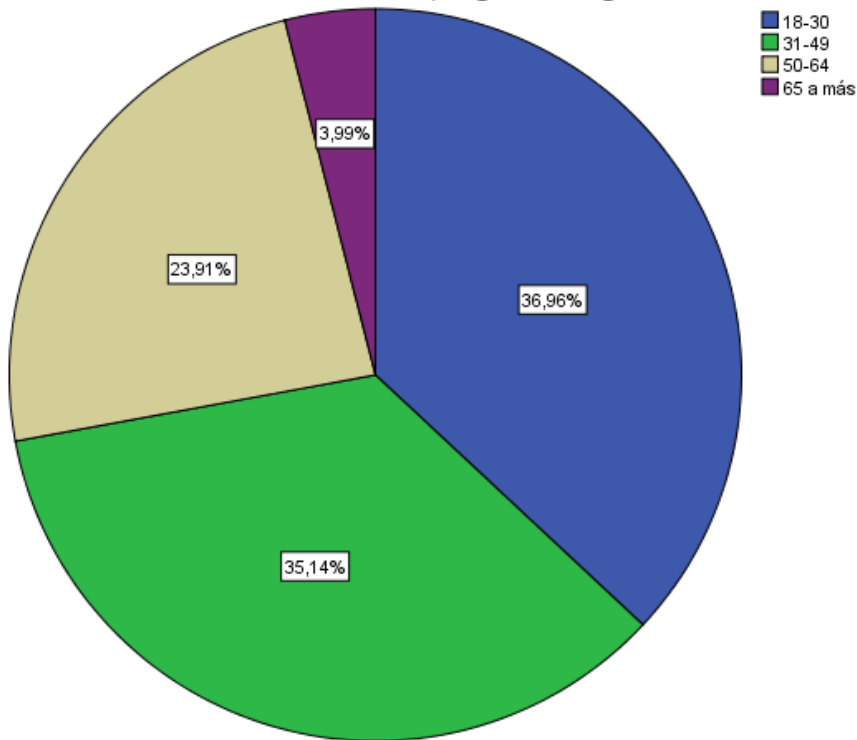


En el grafico N° 3, se puede observar que un 43.64 % de los contribuyentes encuestados acuden principalmente al centro de servicio de SUNAT de Ate para realizar trámites relacionados a su RUC. Mientras que un 22.18 % y 24.36 % acuden a las áreas de cabinas y orientación respectivamente. Cabe mencionar que un 9.82% de los encuestados vienen a realizar varias gestiones al centro de servicio.

Tabla 4: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según el rango de edad. 2017

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18-30	102	37,0	37,0	37,0
	31-49	97	35,1	35,1	72,1
	50-64	66	23,9	23,9	96,0
	65 a más	11	4,0	4,0	100,0
	Total	276	100,0	100,0	

Gráfico N° 4: Porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según el rango de edad.

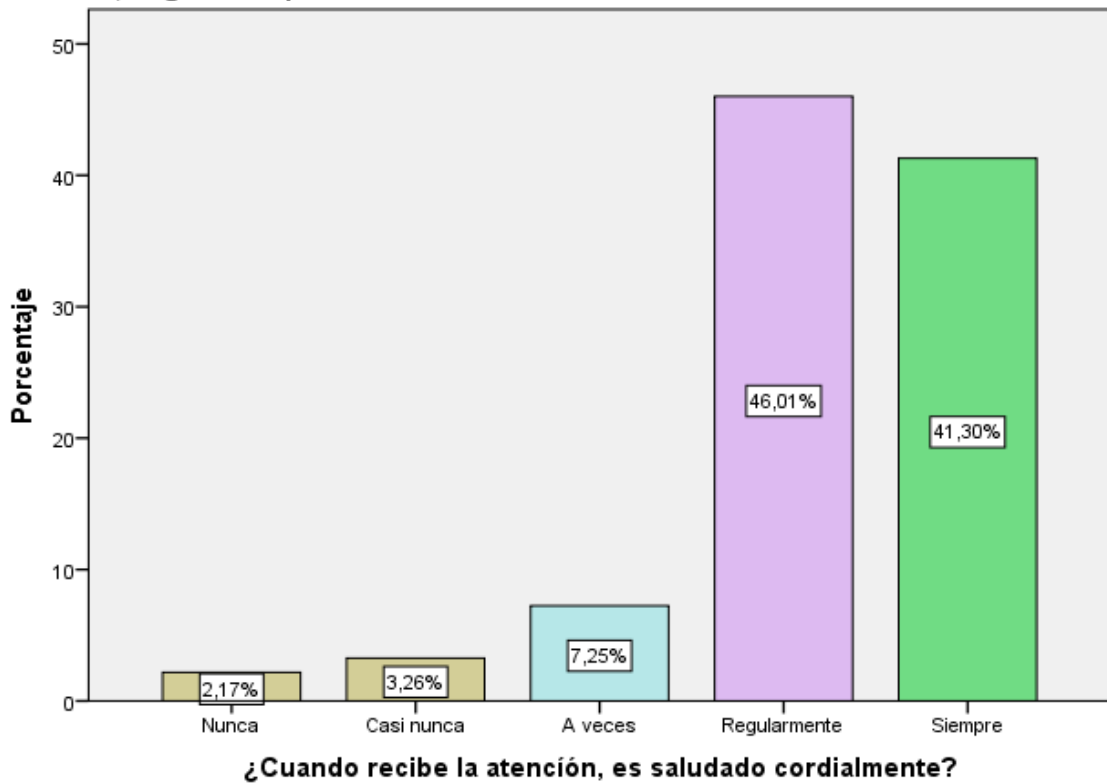


En el gráfico N° 4 se observa que el 36.96% de los contribuyentes encuestados se encuentran en el rango de edad de 18 a 30 años, lo cual demuestra que más población joven acuden al Centro de Atención a la SUNAT de Ate, un 35.14% están entre las edades de 31 a 49 años, el 23.91% entre los 50 a 64 años y finalmente vemos que un 3.99% son de los 65 años a más, evidenciando que a pesar de su edad los contribuyentes siguen acudiendo a cumplir con sus obligaciones tributarias.

Tabla 5: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión a ¿Cuando recibe la atención, es saludado cordialmente? 2017

	Contribuyentes	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	6	2,2	2,2	2,2
Casi nunca	9	3,3	3,3	5,4
A veces	20	7,2	7,2	12,7
Regularmente	127	46,0	46,0	58,7
Siempre	114	41,3	41,3	100,0
Total	276	100,0	100,0	

Gráfico N° 5: Porcentaje de contribuyentes del Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión sobre el saludo cordial recibido en su atención.

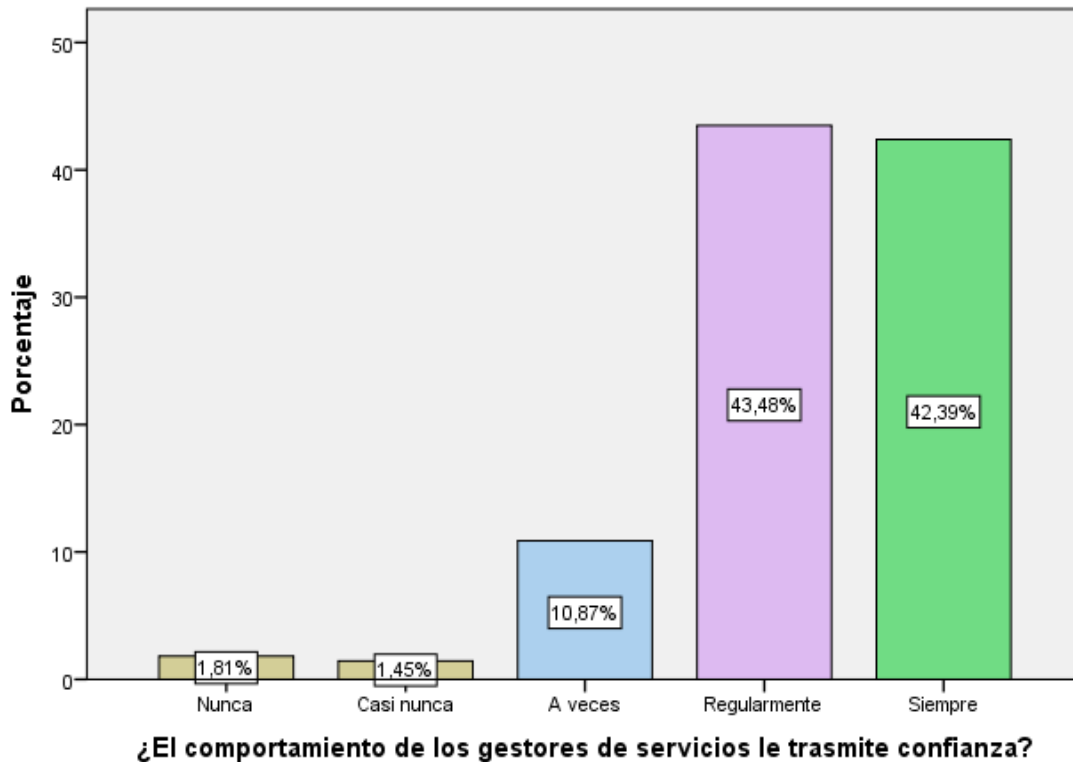


En el gráfico N° 5, sobre el saludo cordial de los gestores, podemos observar que el 46.01% de los contribuyentes encuestados respondieron que *regularmente* si reciben un saludo cordial de parte de los gestores de servicio al momento de recibir la atención. El 41.30% indica que *siempre* han recibido un saludo cordial por parte de los gestores, mientras que un 7.25% considera que *a veces* han recibido un saludo cordial. Sin embargo; se observa que en menores porcentajes los contribuyentes encuestados señalaron que *nunca* o *casi nunca* recibió un saludo cordial por parte del gestor de servicio. Estos resultados evidencian que existe una atención cordial por parte de la institución pública.

Tabla 6: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión a ¿El comportamiento de los gestores de servicios le trasmite confianza? 2017

	Contribuyentes	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	5	1,8	1,8	1,8
Casi nunca	4	1,4	1,4	3,3
A veces	30	10,9	10,9	14,1
Regularmente	120	43,5	43,5	57,6
Siempre	117	42,4	42,4	100,0
Total	276	100,0	100,0	

Gráfico N° 6: Porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión sobre confianza que le trasmite el gestor de servicio.

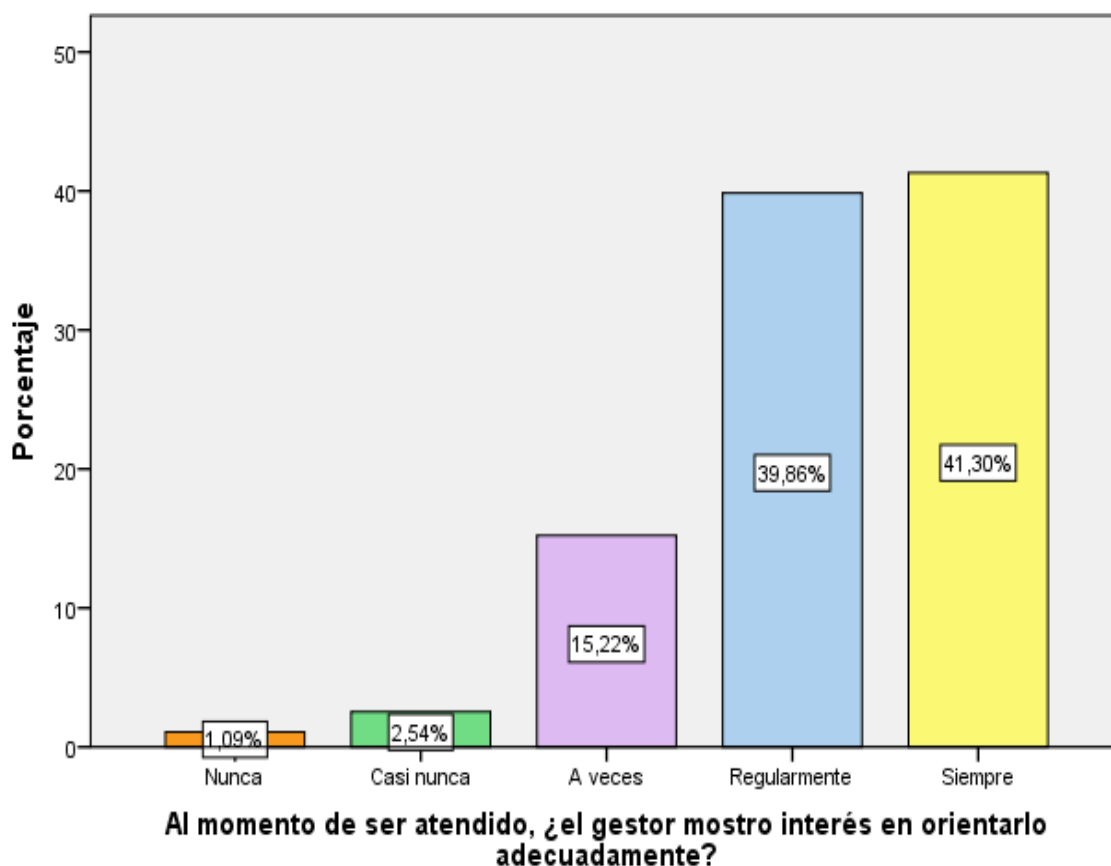


En el gráfico N° 6, sobre el comportamiento de los gestores a los contribuyentes, podemos observar que el 43.48% indica que el comportamiento de los gestores de servicios *regularmente* les transmite confianza al momento de ser atendido. El 42.39% indica que *siempre* le ha transmitido confianza el comportamiento de los gestores de servicios. Y un 10.87% indicaron que *a veces* han sentido que el comportamiento de los gestores le transmite confianza. Sin embargo; se observa también que en porcentajes menores los contribuyentes encuestados señalaron que *nunca* o *casi nunca* el comportamiento de los gestores de servicio le transmitió confianza al momento de ser atendido.

Tabla 7: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión sobre si: ¿el gestor mostro interés en orientarlo adecuadamente?

		Contribuyentes	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	1,1	1,1	1,1
	Casi nunca	7	2,5	2,5	3,6
	A veces	42	15,2	15,2	18,8
	Regularmente	110	39,9	39,9	58,7
	Siempre	114	41,3	41,3	100,0
	Total	276	100,0	100,0	

Gráfico N° 7: Porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicios de SUNAT de Ate, en relacion al momento de ser atendido, si el gestor mostro interés en orientarlo adecuadamente.

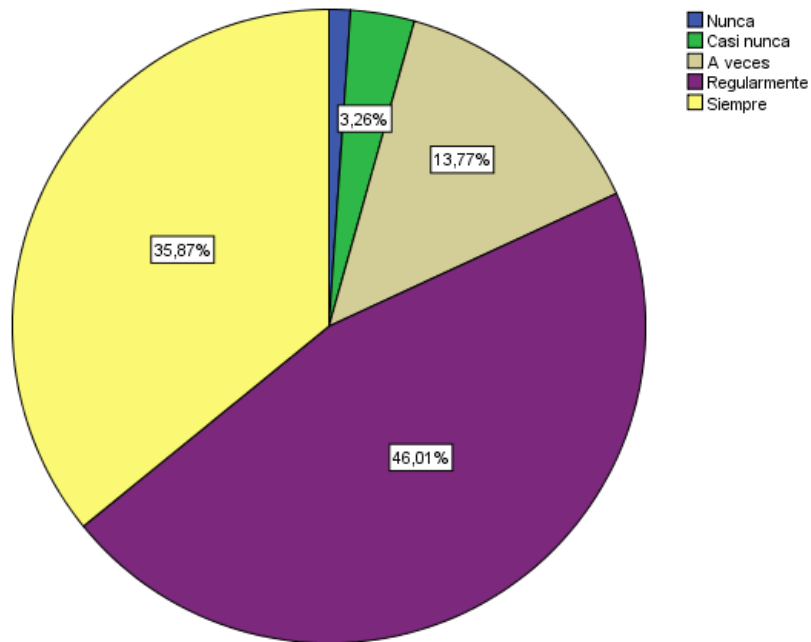


En el gráfico N° 7, sobre la atención de los gestores a los contribuyentes, podemos observar que el 41,30% indica que el gestor de servicios *siempre* muestra interés en orientarlo al momento de ser atendido. El 39,86% indica que *regularmente* los gestores los orientan adecuadamente mientras que el 15,22% considera que *a veces* cuentan con orientación adecuada. Sin embargo; se observa también que en porcentajes menores los contribuyentes encuestados señalaron que *nunca o casi nunca* el gestor muestra interés en orientarlo. Estos resultados evidencian que existiría una política de orientación de la institución pública en ofrecer a los contribuyentes información adecuada y oportuna.

Tabla 8: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión a la comprensión explicación brindada por parte del gestor sobre su consulta tributaria o trámite solicitado. 2017

	Contribuyen tes	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	3	1,1	1,1	1,1
Casi nunca	9	3,3	3,3	4,3
A veces	38	13,8	13,8	18,1
Regularmente	127	46,0	46,0	64,1
Siempre	99	35,9	35,9	100,0
Total	276	100,0	100,0	

Gráfico N° 8: Porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate y según su opinión comprendió la explicación que se le brindó a su consulta o trámite.

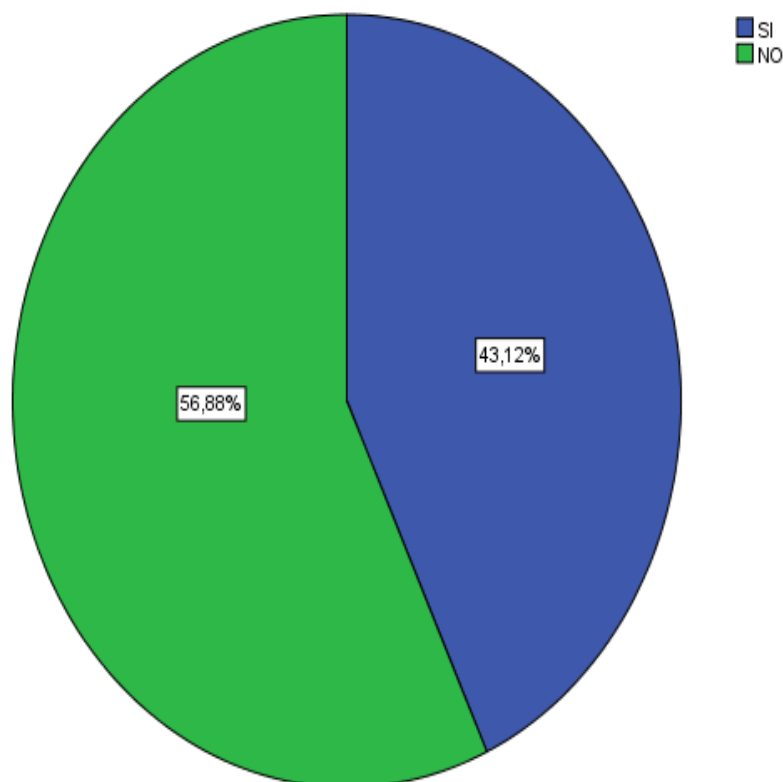


En el gráfico N° 8, sobre si comprendió la explicación brindada por parte de los gestores de servicio, podemos observar que un 46.01% de los contribuyentes encuestados indicaron ampliamente que *regularmente* si comprendieron la explicación brindada por parte del gestor de servicio. El 35.87% indica que *siempre* ha comprendido la información brindada ante una consulta o tramite. El 13.77% considera que *a veces* solo ha comprendido la información brindada. Sin embargo; se observa también que en porcentajes menores los contribuyentes encuestados señalaron que *nunca* o *casi nunca* ha podido comprender la información brindada por parte del gestor de servicio con respecto a su trámite o consulta solicitada.

Tabla 9: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión al horario de atención. 2017

		Contribuyentes	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	119	43,1	43,1	43,1
	NO	157	56,9	56,9	100,0
	Total	276	100,0	100,0	

Gráfico N° 9: Porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate según su opinión sobre si el horario de atención es el adecuado.



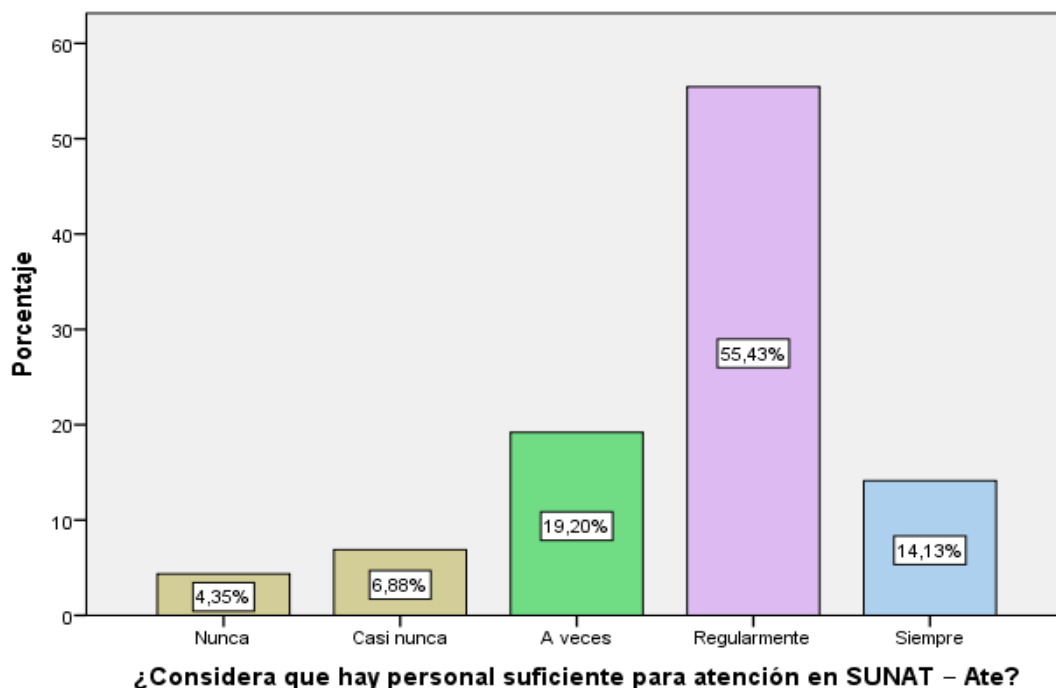
En el gráfico N° 9, sobre si el horario de atención es el adecuado, podemos observar que un 56.88% de los contribuyentes encuestados coincidieron que el horario de atención del Centro de Servicio de SUNAT de Ate *NO* es el adecuado, mientras que un 43.12% considera que el

horario de atención *SI* es el adecuado. Estos resultados demuestran que para una proporción considerable de contribuyentes el horario de atención no se adecua a sus labores diarias, pero que a pesar de ello buscan la manera de asistir a cumplir sus obligaciones tributarias.

Tabla 10: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión respecto a si hay personal suficiente para la atención. 2017

	Contribuyentes	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	12	4,3	4,3	4,3
Casi nunca	19	6,9	6,9	11,2
A veces	53	19,2	19,2	30,4
Regularmente	153	55,4	55,4	85,9
Siempre	39	14,1	14,1	100,0
Total	276	100,0	100,0	

Gráfico N° 10: Porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión respecto a si hay personal suficiente para la atención.

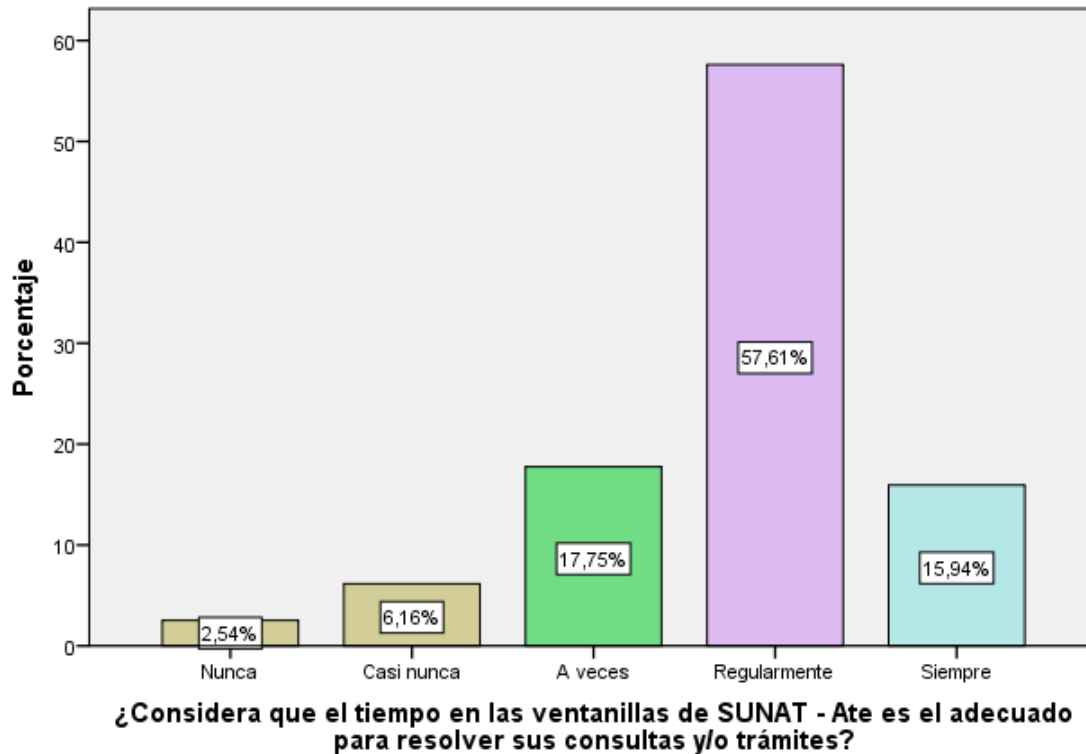


En el gráfico N° 10, sobre el personal suficiente para la atención, podemos observar que un 55.43% de los contribuyentes encuestados consideran que *regularmente* hay personal suficiente para la atención el SUNAT – Ate. El 19.20% indicaron que *a veces* hay personal suficiente para la atención, mientras que un 14.13% considera que *siempre* ha encontrado personal suficiente en el Centro de Servicio. Sin embargo; también se observa que en porcentajes menores los contribuyentes encuestados señalaron que *nunca* o *casi nunca* encontraron personal suficiente para su atención. Estos resultados evidencian que los contribuyentes regularmente han notado que no encuentran personal suficiente para su atención en el Centro de Servicios de SUNAT-Ate, por ello se debería tomar mayor atención por parte de la institución pública.

Tabla 11: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión ¿considera que el tiempo en las ventanillas de atención es el adecuado? 2017

	Contribuyente	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	7	2,5	2,5
	Casi nunca	17	6,2	8,7
	A veces	49	17,8	26,4
	Regularmente	159	57,6	84,1
	Siempre	44	15,9	100,0
	Total	276	100,0	100,0

Gráfico N° 11: Porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión sobre tiempo en las ventanillas es el adecuado para la atención.

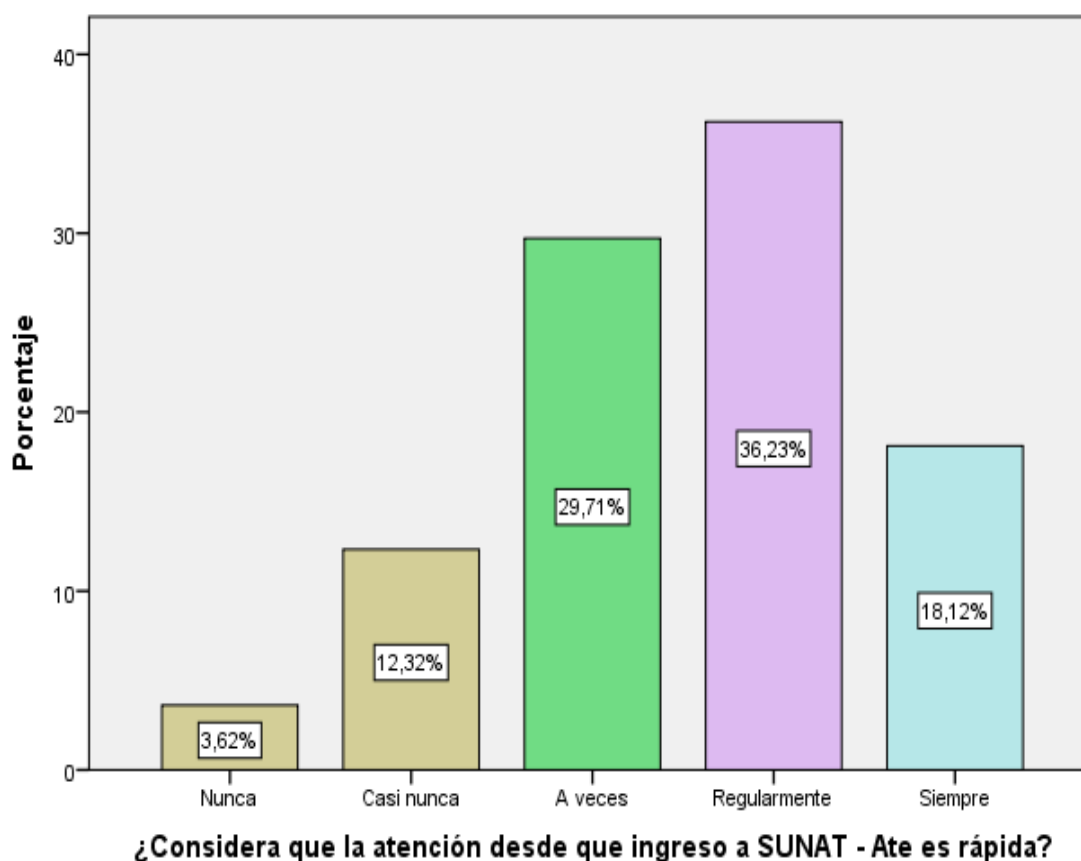


En el gráfico N° 11, sobre el tiempo de atención en las ventanillas, podemos observar que el 57.61% de los contribuyentes encuestados considera que el *regularmente* el tiempo en las ventanillas es el adecuado para la atención. El 17.75% considera que el tiempo de atención en las ventanillas *es a veces* adecuado, mientras que el 15.94% considera que *siempre* es adecuado el tiempo para su atención en las ventanillas. Sin embargo; se observa también que en porcentajes menores los contribuyentes encuestados señalaron que *nunca* o *casi nunca* tienen el tiempo adecuado para sus atenciones en las ventanillas. Estos resultados demuestran que aun los contribuyentes no perciben totalmente que el tiempo que se les brinda para sus atenciones son las adecuadas en la institución pública.

Tabla 12: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión: ¿Considera que la atención desde que ingreso a SUNAT - Ate es rápida? 2017

	Contribuyentes	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	10	3,6	3,6	3,6
Casi nunca	34	12,3	12,3	15,9
A veces	82	29,7	29,7	45,7
Regularmente	100	36,2	36,2	81,9
Siempre	50	18,1	18,1	100,0
Total	276	100,0	100,0	

Gráfico N° 12: Porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión si la atención desde que ingreso fué rápida.

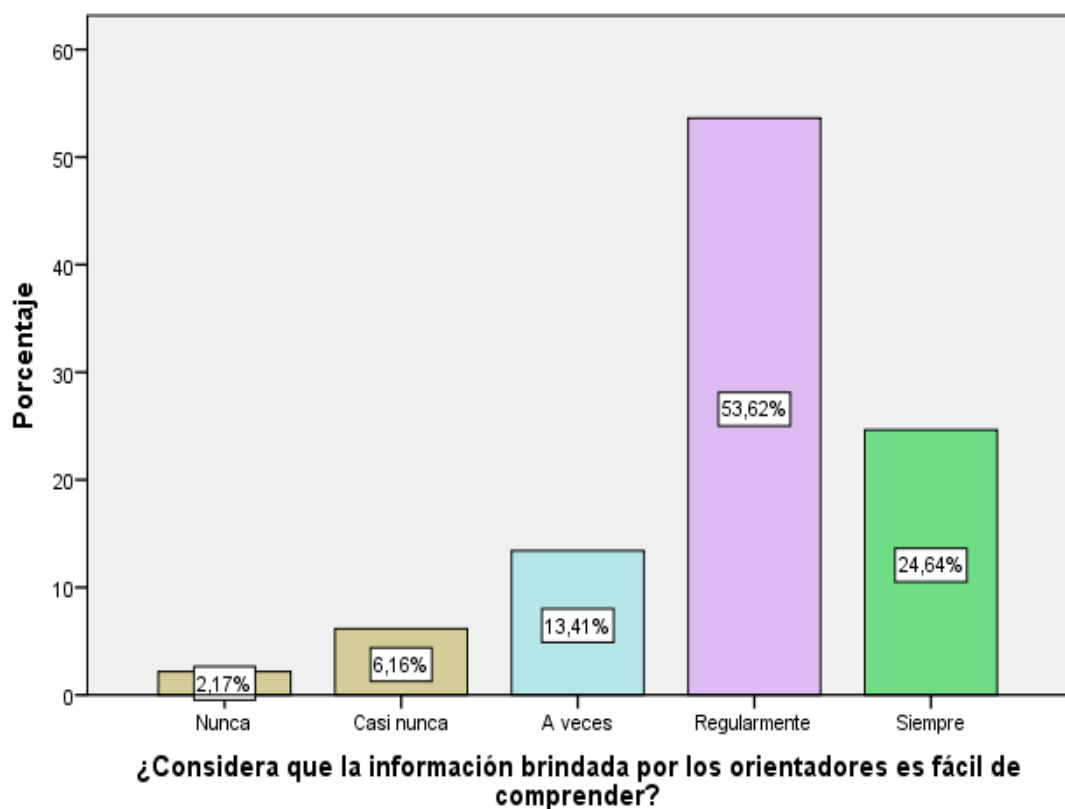


En el gráfico N° 12, sobre si considera rápida la atención desde su ingreso, podemos observar que el 36.23% de los contribuyentes encuestados indican que es *regularmente* rápida la atención desde que ingreso a SUNAT-Ate. El 29.71% indican que *a veces* considera que la atención es rápida desde que ingreso, mientras que un 18.12% consideran que *siempre* han encontrado una atención rápida desde su ingreso al Centro de Servicio. Sin embargo; se observa también que en porcentajes menores los contribuyentes encuestados señalaron que *nunca* o *casi nunca* fueron atendidos con rapidez desde que ingresaron. Estos resultados evidencian que los contribuyentes si perciben que la atención es fluida en el Centro de Servicio de SUNAT-Ate, pero existen horarios que la afluencia de público son mayores y por ende la atención no es percibida de manera rápida.

Tabla 13: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión: ¿Consideran que la información brindada por los orientadores es fácil de comprender? 2017

	Contribuyentes	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	6	2,2	2,2	2,2
Casi nunca	17	6,2	6,2	8,3
A veces	37	13,4	13,4	21,7
Regularmente	148	53,6	53,6	75,4
Siempre	68	24,6	24,6	100,0
Total	276	100,0	100,0	

Gráfico N° 13: Porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión sobre la comprensión de la información brindada.

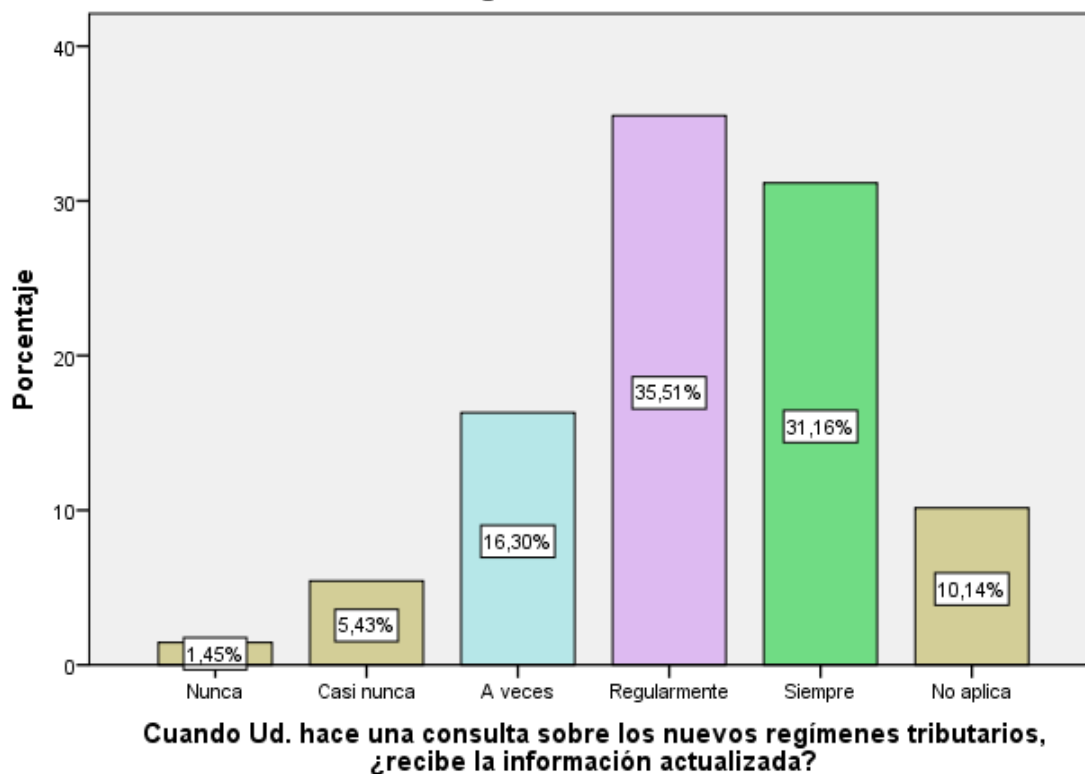


En el gráfico N° 13, sobre la información brindada por los orientadores, podemos observar que el 53.62% de los contribuyentes encuestados indican que regularmente la información recibida por parte de los orientadores es fácil de comprender. El 24.64% indican que siempre es fácil de comprender la información brindada, mientras que el 13.41% considera que a veces pueden comprender la información brindada por los orientadores. Sin embargo; se observa también que en porcentajes menores los contribuyentes encuestados señalaron que nunca o casi nunca pudieron comprender la información brindada por los orientadores en el Centro de Servicio. Estos resultados evidencian que existe una política encaminada a que la atención al contribuyente sea lo más explícita posible y pueden tener la información de manera simple y concreta, para así poder cumplir sus obligaciones tributarias de manera sencilla.

Tabla 14: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión: Cuando Ud. hace una consulta sobre los nuevos regímenes tributarios, ¿recibe la información actualizada? 2017

		Contribuyentes	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	1,4	1,4	1,4
	Casi nunca	15	5,4	5,4	6,9
	A veces	45	16,3	16,3	23,2
	Regularmente	98	35,5	35,5	58,7
	Siempre	86	31,2	31,2	89,9
	No aplica	28	10,1	10,1	100,0
	Total	276	100,0	100,0	

Gráfico N° 14: Porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión sobre información actualizada sobre los nuevos regímenes tributarios.

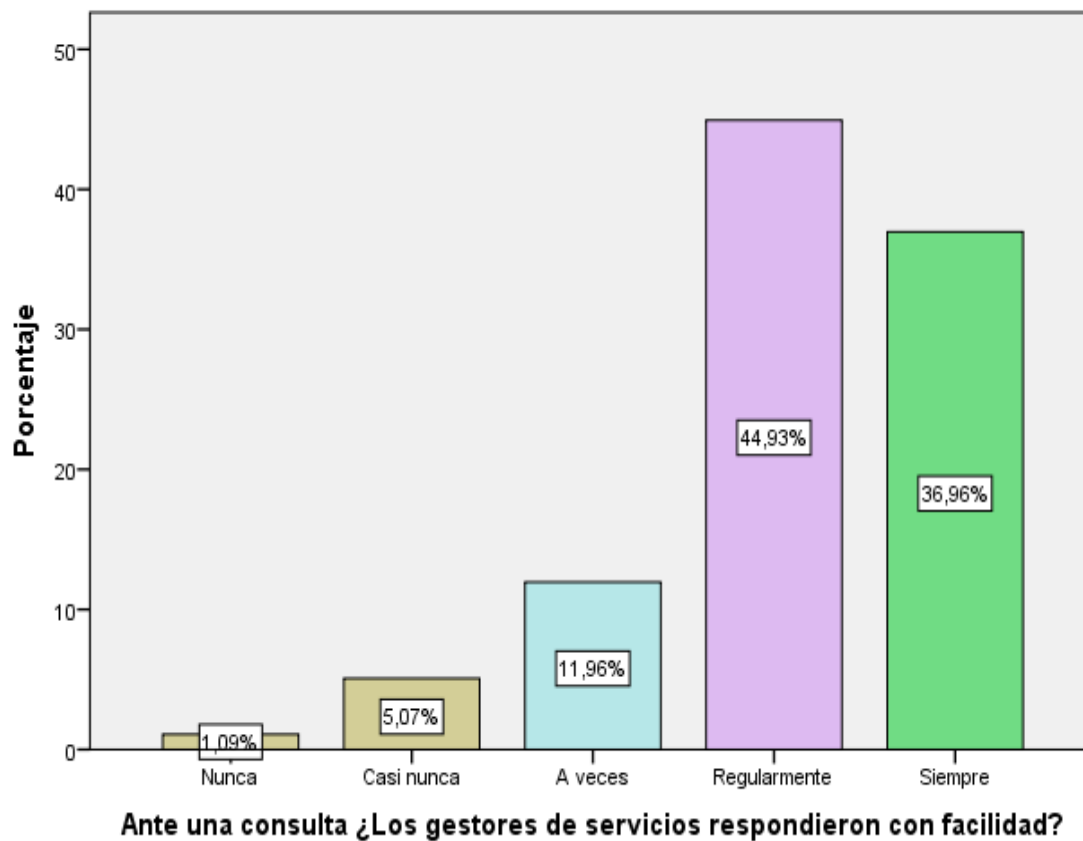


En el gráfico N° 14, sobre la consulta de los nuevos regímenes tributarios, podemos observar que el 35.51% de los contribuyentes encuestados indicaron que *regularmente* recibieron información actualizada sobre los nuevos regímenes tributarios. El 31.16% indica que *siempre* han recibido información actualizada ante la consulta de los nuevos regímenes tributarios, mientras que un 16.30% indicaron que solo *a veces* recibieron la información actualizada. Podemos apreciar que un 10.14% de los contribuyentes encuestados no contestaron a la pregunta, ya que indicaron que no realizaron ninguna pregunta sobre los nuevos regímenes en su visita al Centro de Servicio SUNAT-Ate.

Tabla 15: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión: Ante una consulta ¿Los gestores de servicios respondieron con facilidad? 2017

	Contribuyentes	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	3	1,1	1,1	1,1
Casi nunca	14	5,1	5,1	6,2
A veces	33	12,0	12,0	18,1
Regularmente	124	44,9	44,9	63,0
Siempre	102	37,0	37,0	100,0
Total	276	100,0	100,0	

Gráfico N° 15: Porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión sobre la facilidad de respuesta de los gestores.



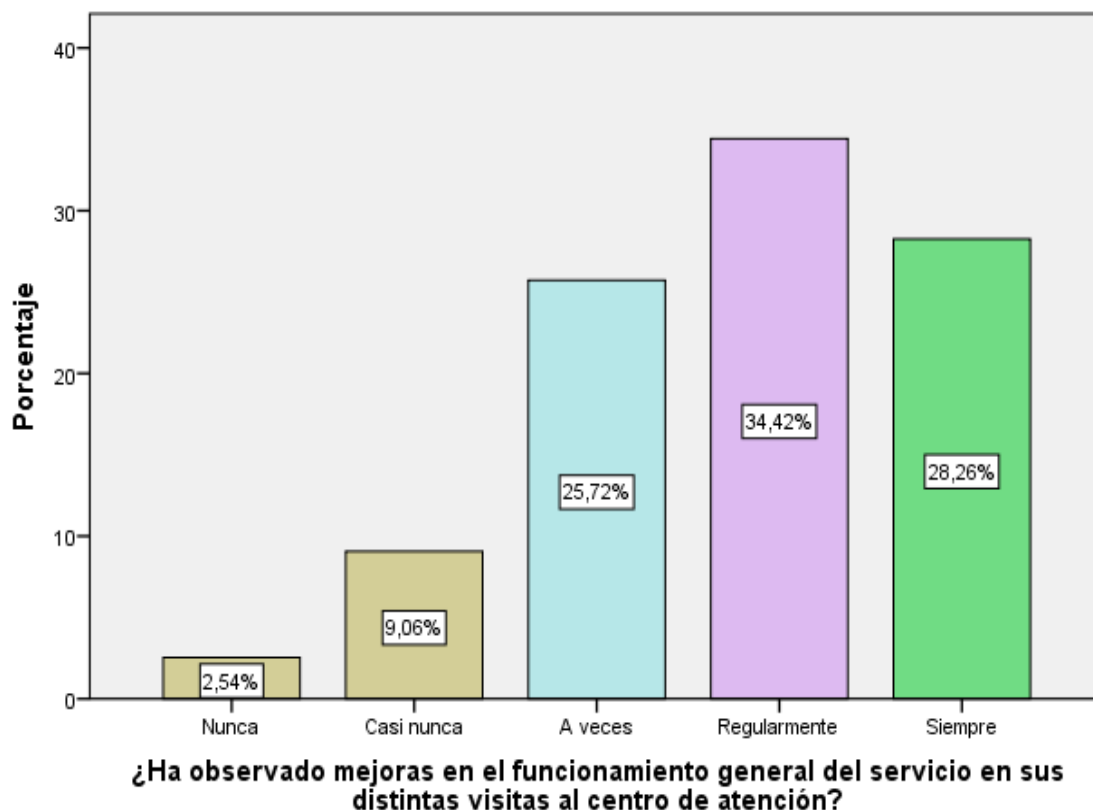
En el gráfico N° 15, sobre la facilidad de respuesta de los gestores de servicio, podemos observar que el 44.93% de los contribuyentes encuestados indican que *regularmente* los gestores de servicio respondieron con facilidad ante una consulta. El 36.96% indican que *siempre* los gestores han respondido con facilidad ante las consultas realizadas, mientras que un 11.96% considera que solo *a veces* han respondido con facilidad los gestores de servicios. Sin embargo; se observa también que en porcentajes menores los contribuyentes encuestados señalaron que *nunca* o *casi nunca* los gestores de servicios han respondido con facilidad ante las consultas realizadas. Estos resultados evidencian que el personal que se encuentra en el Centro de Atención de SUNAT-Ate se encuentra debidamente capacitado para la atención a los contribuyentes ante sus diversas consultas.

Tabla 16: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión: ¿Ha observado mejoras en el funcionamiento general del servicio en sus distintas visitas al centro de atención?

2017

		Contribuyentes	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	7	2,5	2,5	2,5
	Casi nunca	25	9,1	9,1	11,6
	A veces	71	25,7	25,7	37,3
	Regularmente	95	34,4	34,4	71,7
	Siempre	78	28,3	28,3	100,0
	Total	276	100,0	100,0	

Gráfico N° 16: Porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión sobre las mejoras en el funcionamiento general del servicio en sus distintas visitas.

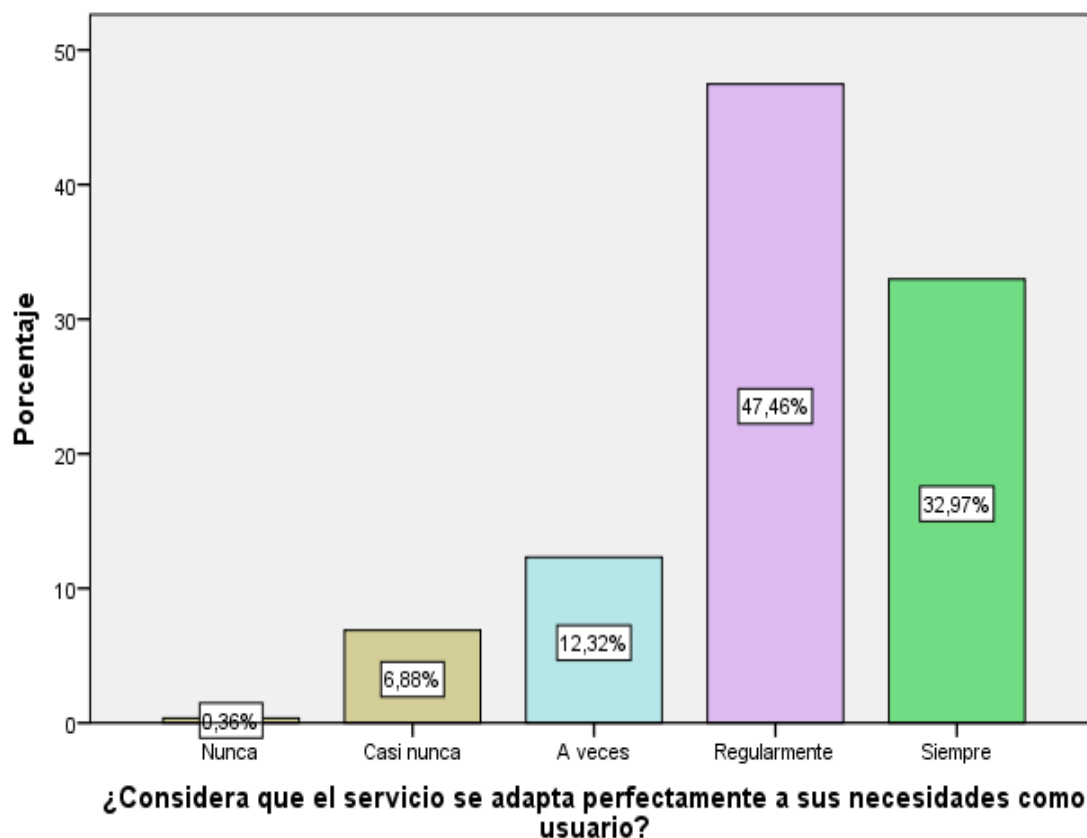


En el gráfico N° 16, sobre las mejoras en el funcionamiento general del servicio, podemos observar que el 34.42% de los contribuyentes encuestados indicaron que *regularmente* han observado mejoras en el funcionamiento general del servicio en sus distintas visitas al centro de atención. El 28.26% indican que *siempre* se observa mejoras en el funcionamiento del servicio, mientras que el 25.72% indican que *a veces* nada más han encontrado alguna mejora en el funcionamiento general. Sin embargo; se observa también que en porcentajes menores los contribuyentes encuestados señalaron que *nunca* o *casi nunca* han observado mejoras en el funcionamiento general del Centro de Servicio de SUNAT – Ate. Estos resultados evidencian que existe un interés por parte de la institución pública por mejorar los servicios que se brinda al ciudadano.

Tabla 17: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión: ¿Considera que el servicio se adapta perfectamente a sus necesidades como usuario? 2017

		Contribuyentes	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	,4	,4	,4
	Casi nunca	19	6,9	6,9	7,2
	A veces	34	12,3	12,3	19,6
	Regularmente	131	47,5	47,5	67,0
	Siempre	91	33,0	33,0	100,0
	Total	276	100,0	100,0	

Gráfico N° 17: Porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión sobre si el servicio se adapta perfectamente a sus necesidades.

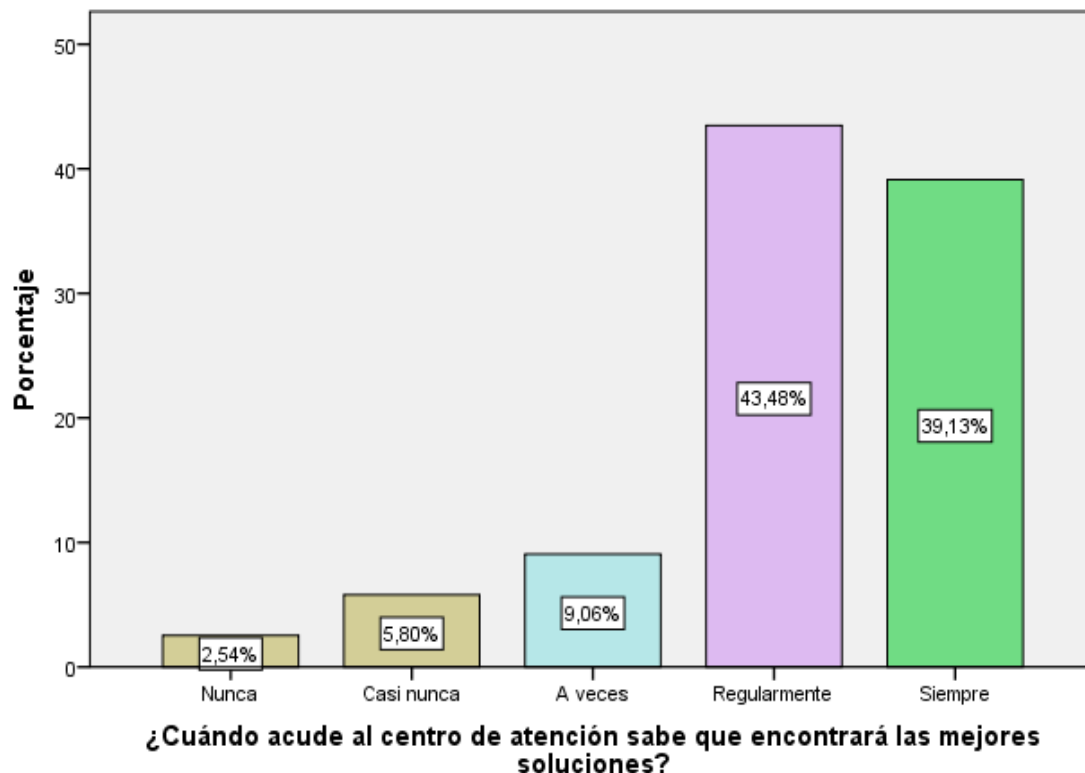


En el gráfico N° 17, sobre si el servicio de adapta perfectamente a sus necesidades como usuario, podemos observar que el 47.46% de los contribuyentes encuestados consideran que regularmente el servicio si se adapta perfectamente a sus necesidades. El 32.97% indican que siempre han considerado que el servicio de adapta perfectamente a sus necesidades, mientras que un 12.32% considera que solo a veces el servicio se adecuo a sus necesidades como usuario. Sin embargo; se observa también que en porcentajes menores los contribuyentes encuestados señalaron que *nunca* o *casi nunca* consideraron que el servicio brindado se adapta perfectamente a sus necesidades como usuario en el Centro de Atención de SUNAT-Ate. Estos resultados evidencian que hay que una preocupación por parte de la institución pública por mejorar el servicio de acuerdo a las necesidades del ciudadano.

Tabla 18: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión: ¿Cuándo acude al centro de atención sabe que encontrará las mejores soluciones? 2017

		Contribuyentes	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	7	2,5	2,5	2,5
	Casi nunca	16	5,8	5,8	8,3
	A veces	25	9,1	9,1	17,4
	Regularmente	120	43,5	43,5	60,9
	Siempre	108	39,1	39,1	100,0
	Total	276	100,0	100,0	

Gráfico N° 18: Porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión sobre si encontrará las mejores soluciones.

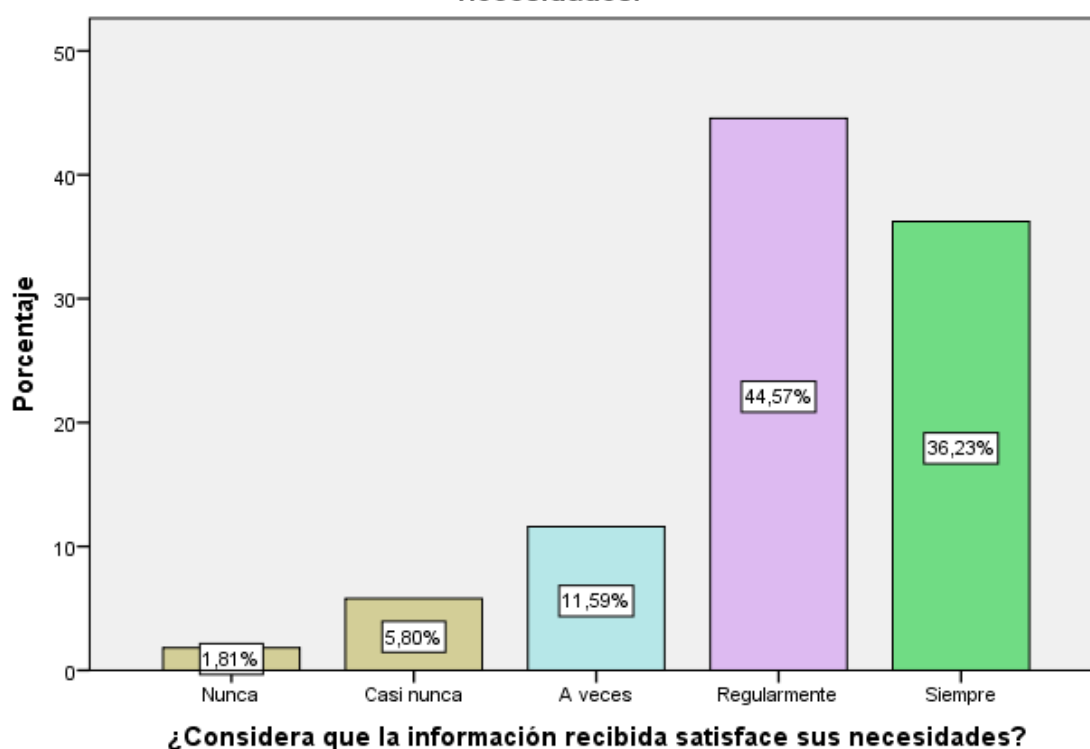


En el gráfico N° 18, sobre si encontrará las mejores soluciones, podemos observar que el 43.48% de los contribuyentes encuestados indicaron que de manera *regularmente* saben que encontrarán las mejores soluciones al acudir al centro de atención. El 39.13% indican que *siempre* encontrarán las mejores soluciones. Sin embargo, se observa también que en porcentajes menores los contribuyentes encuestados señalaron que *nunca*, *casi nunca* y solo *a veces* saben que encontrarán las mejores soluciones al acudir al Centro de Atención de SUNAT-Ate. Estos resultados evidencian que un 82.61% de los contribuyentes encuestados confían en las soluciones que le brinda la institución pública.

Tabla 19: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión sobre: ¿Considera que la información recibida satisface sus necesidades? 2017

		Contribuyentes	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	1,8	1,8	1,8
	Casi nunca	16	5,8	5,8	7,6
	A veces	32	11,6	11,6	19,2
	Regularmente	123	44,6	44,6	63,8
	Siempre	100	36,2	36,2	100,0
	Total	276	100,0	100,0	

Gráfico N° 19: Porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión sobre si la información recibida satisface sus necesidades.

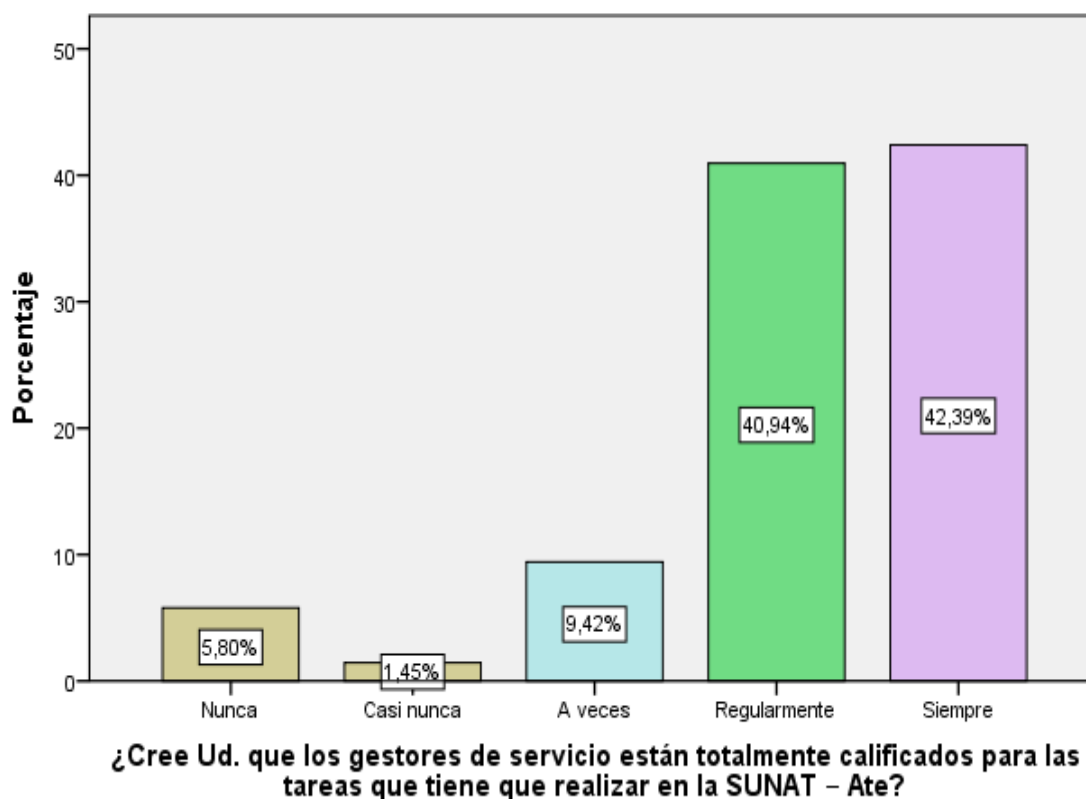


En el gráfico N° 19, sobre la información recibida por parte del gestor de servicio, podemos observar que el 44.57% de los contribuyentes encuestados consideran que *regularmente* la información recibida satisface sus necesidades, mientras que el 36.23% indican que siempre la información recibida satisface sus necesidades en el Centro de Atención de Servicio de SUNAT-Ate. Sin embargo se observa también que en porcentajes menores los contribuyentes encuestados señalaron que *nunca*, *casi nunca* y solo *a veces* consideran que la información recibida por parte del gestor de servicios satisface sus necesidades.

Tabla 20: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión: ¿Cree Ud. que los gestores de servicio están totalmente calificados para las tareas que tiene que realizar? 2017

		Contribuyentes	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	16	5,8	5,8	5,8
	Casi nunca	4	1,4	1,4	7,2
	A veces	26	9,4	9,4	16,7
	Regularmente	113	40,9	40,9	57,6
	Siempre	117	42,4	42,4	100,0
	Total	276	100,0	100,0	

Gráfico N° 20: Porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión sobre si los gestores de servicio están totalmente calificados para las tareas que tienen que realizar.

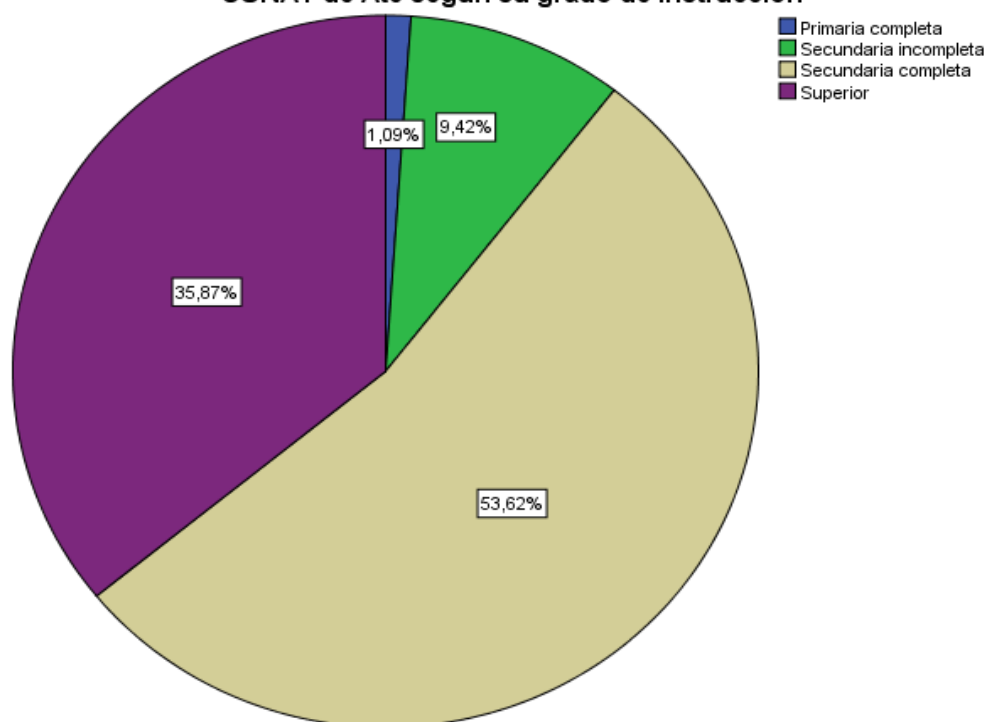


En el gráfico N° 20, sobre la consulta si los gestores de servicios están totalmente calificados, el 42.39% de los contribuyentes encuestados consideran que siempre los gestores de servicios están totalmente calificados para las tareas que realizan, mientras que el 40.94% considera que siempre los gestores de servicios están totalmente calificados. Sin embargo se observa también que en porcentajes menores los contribuyentes encuestados señalaron que *nunca*, *casi nunca* y solo *a veces* consideran que los gestores están totalmente calificados para la tareas que realizan en el Centro de Servicio de SUNAT-Ate. Estos resultados evidencian que el personal que labora en la institución pública está debidamente capacitado para sus labores a realizar y esto es percibido por el ciudadano.

Tabla 21: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate según su grado de instrucción. 2017

		Contribuyentes	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria completa	3	1,1	1,1	1,1
	Secundaria incompleta	26	9,4	9,4	10,5
	Secundaria completa	148	53,6	53,6	64,1
	Superior	99	35,9	35,9	100,0
	Total	276	100,0	100,0	

Gráfico N° 21: Porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate según su grado de instrucción

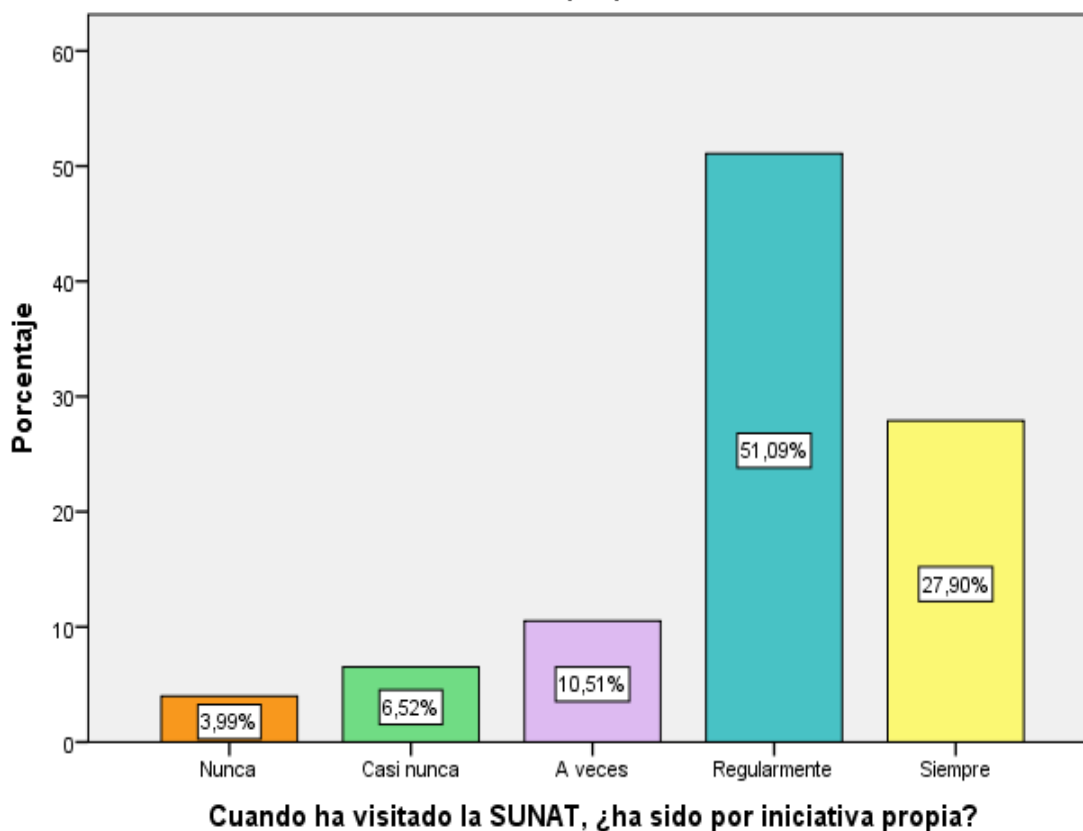


En el gráfico N° 21, sobre el grado de instrucción de los contribuyentes, se observa que el 53.62% de los encuestados han obtenido el grado de instrucción de secundaria completa. El 35.87% se encuentra en el grado de instrucción superior, mientras que un 9.42% y 1.09% tienen el grado de instrucción de secundaria incompleta y primera completa respectivamente.

Tabla 22: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicios de SUNAT Ate, según si cuando ha visitado la SUNAT, ¿ha sido por iniciativa propia?

		Contribuye ntes	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	11	4,0	4,0	4,0
	Casi nunca	18	6,5	6,5	10,5
	A veces	29	10,5	10,5	21,0
	Regularment e	141	51,1	51,1	72,1
	Siempre	77	27,9	27,9	100,0
	Total	276	100,0	100,0	

Gráfico N° 22: Porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de servicios de SUNAT Ate, según su opinión cuando ha visitado la SUNAT si ha sido por iniciativa propia

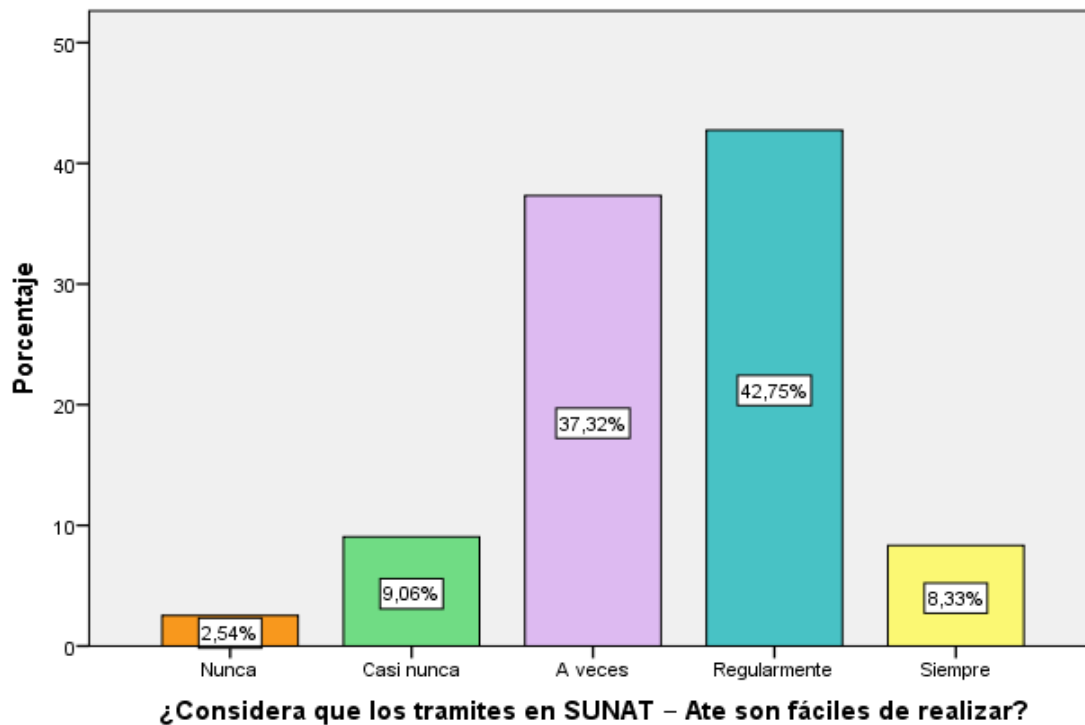


En el gráfico N° 22 sobre, si cuando los contribuyentes han visitado la SUNAT por iniciativa propia, el 51,09% indico que *regularmente* visita la SUNAT por iniciativa propia y un 27,90% señala que *siempre* acude por iniciativa propia; en otros porcentajes con cifras menores un 3,99% y 6,52% señalan que *nunca* y *casi nunca* acude por voluntad propia sino más bien por obligación para encontrar soluciones a sus consultas tributarias.

Tabla 23: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate, según su opinión si, ¿Consideran que los trámites en SUNAT – Ate son fáciles de realizar?

		Contribuyen	Porcentaj	Porcentaje	Porcentaje
		tes	e	válido	acumulado
Válido	Nunca	7	2,5	2,5	2,5
	Casi nunca	25	9,1	9,1	11,6
	A veces	103	37,3	37,3	48,9
	Regularmente	118	42,8	42,8	91,7
	Siempre	23	8,3	8,3	100,0
	Total	276	100,0	100,0	

Grafico N° 23: Porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicios de SUNAT de Ate, con relación a si consideran que los trámites en SUNAT de Ate son fáciles de realizar, 2017.

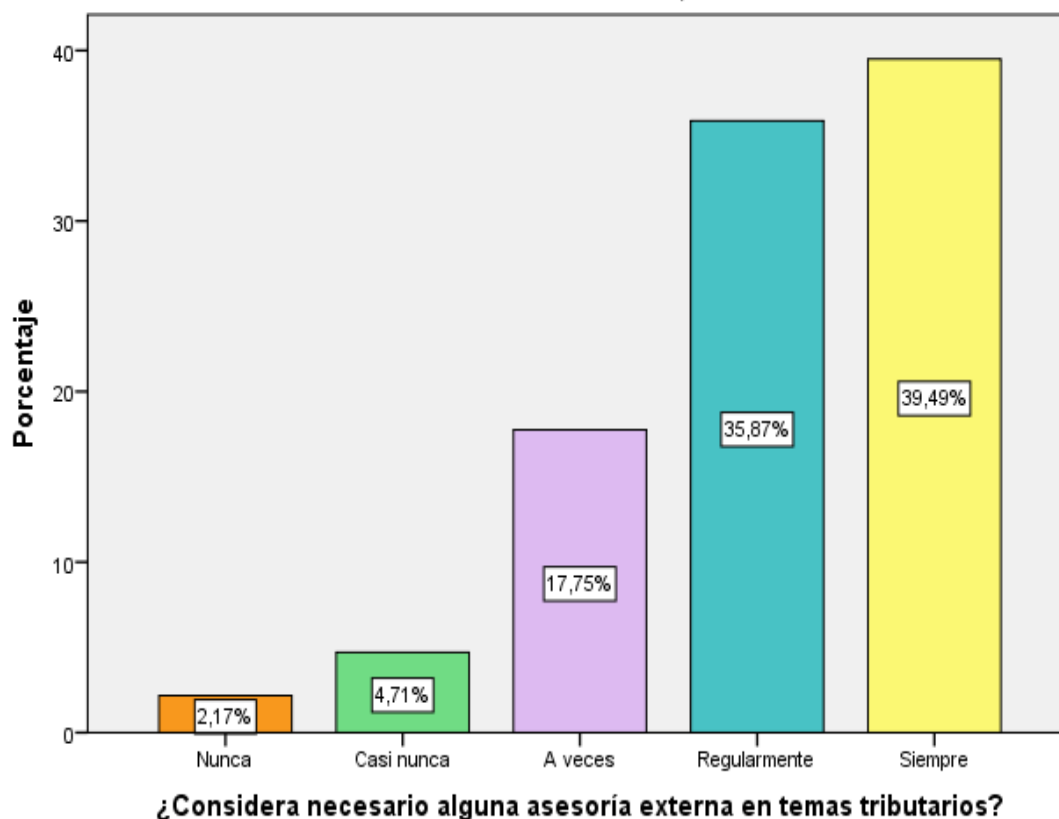


En el gráfico N° 23 sobre si los trámites en SUNAT son fáciles de realizar, un 37,32% de los encuestados manifiesta que *a veces* consideran a los trámites fáciles de realizar y en otros porcentajes mayores un 42,75% los consideran *regularmente* fáciles y un 8,33% afirman que es fácil realizar los trámites en SUNAT; sin embargo los porcentajes de 2,54% y 9,06% del total de encuestados señalan que *nunca* y *casi nunca* los consideran difíciles de realizar respectivamente.

Tabla 24: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicios de SUNAT de Ate, sobre si ¿Consideran necesario alguna asesoría externa en temas tributarios?

		Contribuyente	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
		s	Porcentaje	válido	acumulado
Válido	Nunca	6	2,2	2,2	2,2
	Casi nunca	13	4,7	4,7	6,9
	A veces	49	17,8	17,8	24,6
	Regularmente	99	35,9	35,9	60,5
	Siempre	109	39,5	39,5	100,0
	Total	276	100,0	100,0	

Gráfico N° 24: Porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicios de SUNAT de Ate, con respecto a si consideran necesario alguna asesoría externa en temas tributarios, 2017.

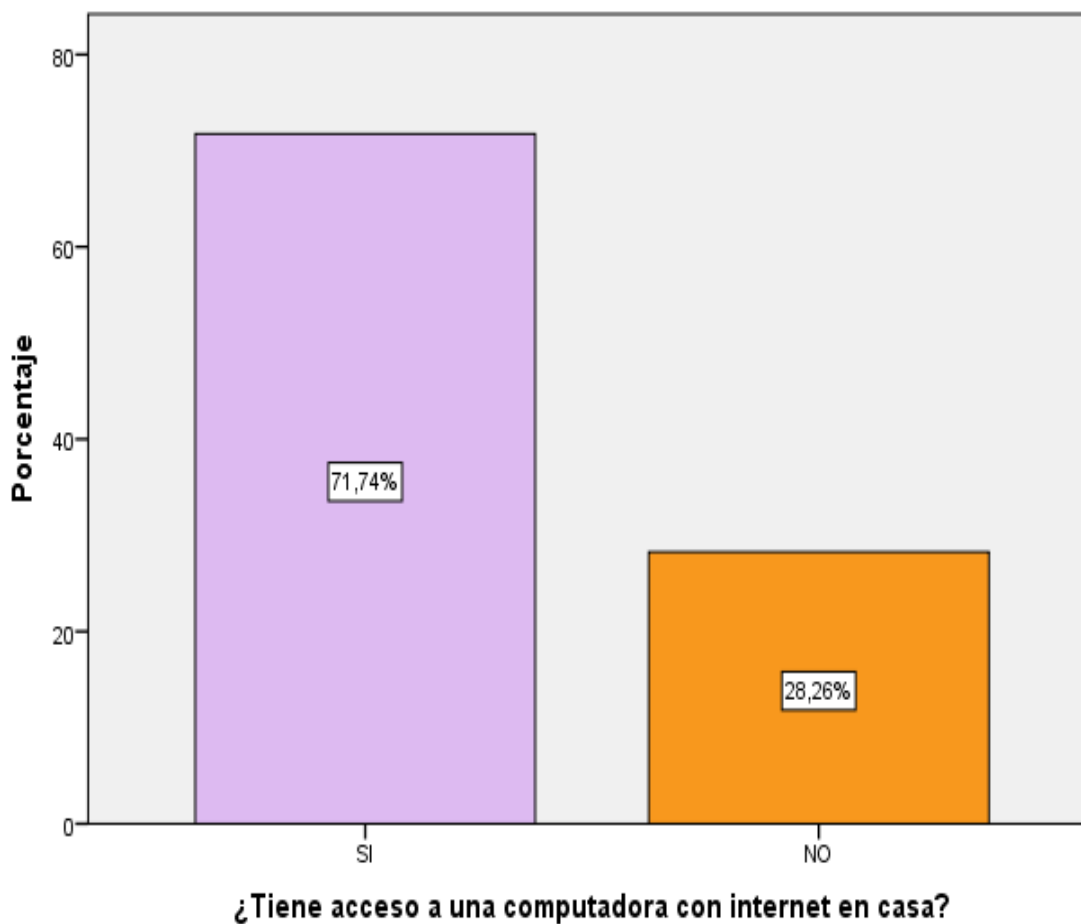


En el gráfico N° 24 sobre si los contribuyentes encuestados consideran necesario alguna asesoría externa en temas tributarios un 39,49% sienten que *siempre* es necesario contar con esta asesoría por diversos motivos personales que deban cumplir, pero principalmente señalaron que es el desconocimiento del tema tributario, de igual manera en un porcentaje alto un 35,87% *regularmente* necesitan de alguna asesoría externa, en términos medios un porcentaje de 17,75% señala que *a veces* solicitan de estos servicios para sus temas tributarios; por otro lado en porcentajes inferiores a los mencionados con un 2,17% y 4,71% respectivamente señalaron que *nunca* y *casi nunca* necesitarían esta asesoría ya que conocen de temas tributarios y realizan sus operaciones tributarias de manera individual.

Tabla 25: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicios de SUNAT de Ate sobre si: ¿Tienen acceso a una computadora con internet en casa?

		Contribuyentes	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	198	71,7	71,7	71,7
	NO	78	28,3	28,3	100,0
	Total	276	100,0	100,0	

Gráfico N° 25: Porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicios de SUNAT Ate y cuentan con acceso a una computadora con internet en casa, 2017.

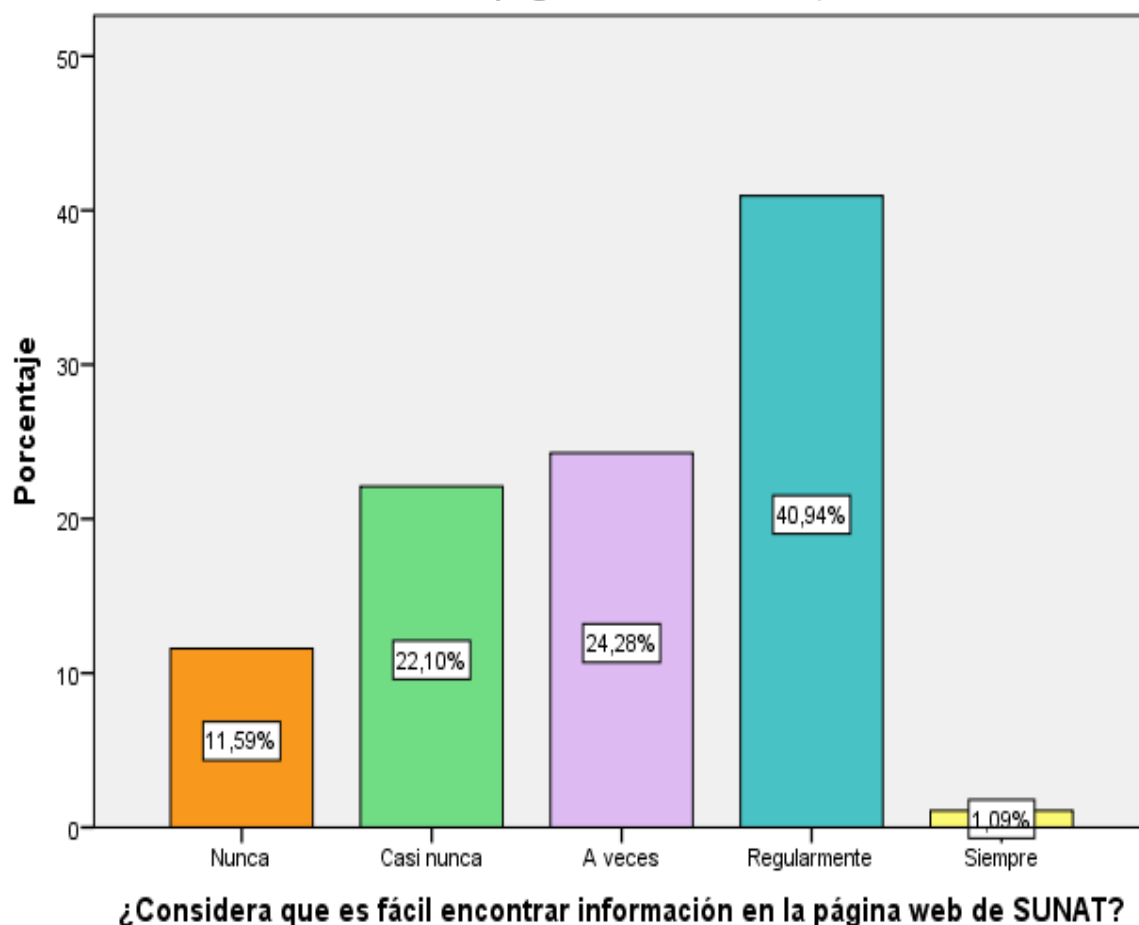


En el gráfico N° 25 sobre el acceso a una computadora conectada a internet, de los contribuyentes encuestados un 71,74% si cuenta con este servicios de internet en sus domicilios y por lo tanto podrían informarse por la web de temas tributarios; por otro lado un 28,26% de los contribuyentes encuestados no cuenta con una computadora en casa ni se encuentran actualizados en temas de tecnología.

Tabla 26: Número y Porcentaje de Contribuyentes que acuden al Centro de servicios de SUNAT de Ate ¿Considera que es fácil encontrar información en la página web de SUNAT?

		Contribuyen tes	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	32	11,6	11,6	11,6
	Casi nunca	61	22,1	22,1	33,7
	A veces	67	24,3	24,3	58,0
	Regularmente	113	40,9	40,9	98,9
	Siempre	3	1,1	1,1	100,0
	Total	276	100,0	100,0	

Gráfico N° 26: Porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicios de SUNAT de Ate que con respecto a si consideran, que es fácil encontrar información en la página web de SUNAT, 2017.

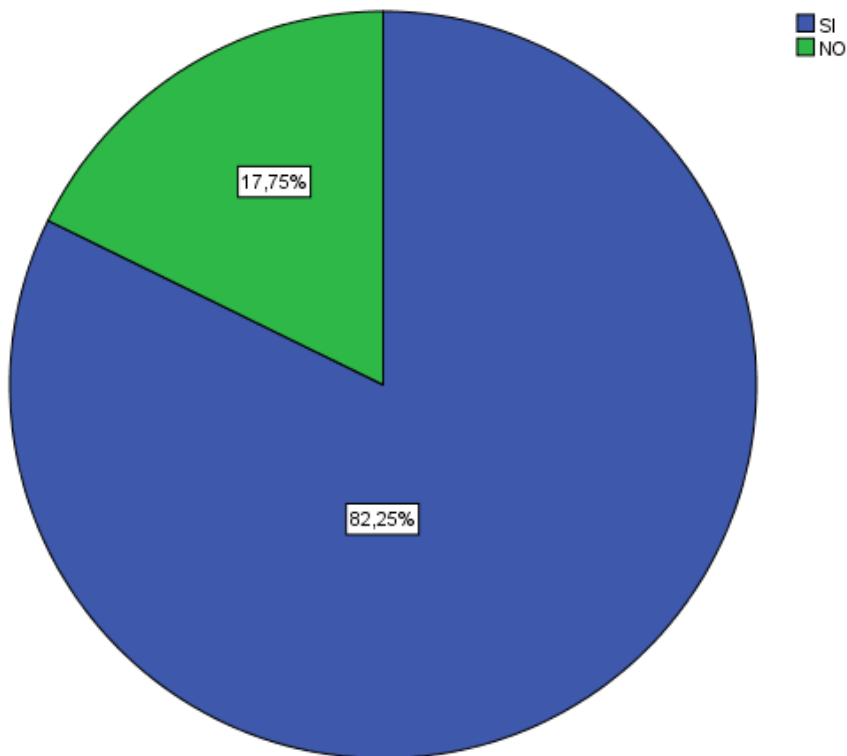


En el gráfico N° 26 sobre si los contribuyentes consideran que es fácil encontrar información en la página web de SUNAT, un 40,94% indicó que *regularmente* les parece fácil encontrar la información en la página web sin embargo indicaron que se utilizan términos muy técnicos; por otro lado un 11,59% y 22,10% señalaron que *nunca* y *casi nunca* les resulta fácil encontrar dicha información, por el contrario la consideran totalmente inaccesible.

Tabla 27: Número y Porcentaje de Contribuyentes que acuden al Centro de servicios de SUNAT de Ate, en respuesta a: ¿Conoce Ud. acerca de la clave SOL? 2017

		Contribuyentes	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	227	82,2	82,2	82,2
	NO	49	17,8	17,8	100,0
	Total	276	100,0	100,0	

Gráfico N° 27: Porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicio de SUNAT de Ate con respecto a si conocen sobre la clave SOL.

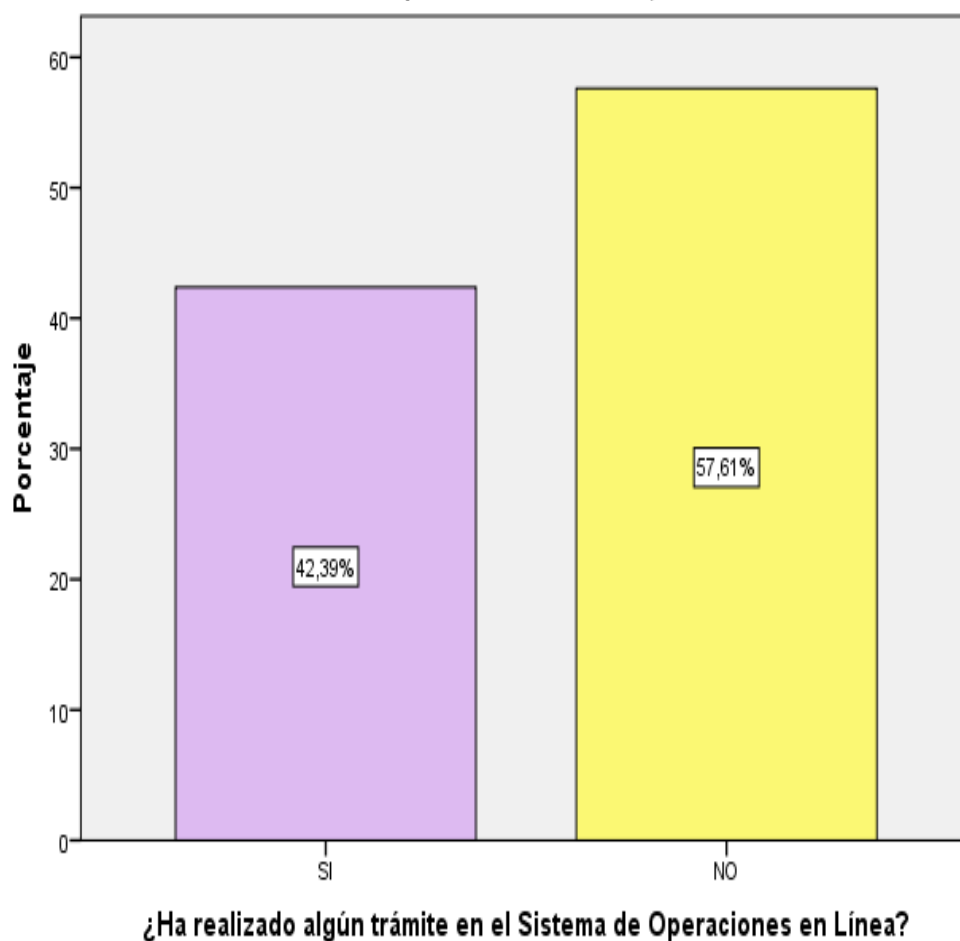


En el gráfico N° 27 sobre si los contribuyentes tienen conocimiento acerca de la CLAVE SOL podemos indicar que un 82,18% de los contribuyentes *SI* tienen conocimiento del tema; sin embargo en un porcentaje inferior un 17,82% de los contribuyentes encuestados *NO* conocen sobre la CLAVE SOL, a pesar de ello si tienen dicha clave pero no la manejan, manifiestan que sus asesores son los que realizan sus temas tributarios.

Tabla 28: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicios de SUNAT, Ate sobre si: ¿Ha realizado algún trámite en el Sistema de Operaciones en Línea?

		Contribuyentes	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	117	42,4	42,4	42,4
	NO	159	57,6	57,6	100,0
	Total	276	100,0	100,0	

Gráfico N° 28: Porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicios de SUNAT de Ate con relación a si alguna vez ha realizado algún trámite en el Sistema de Operaciones en Línea, 2017.

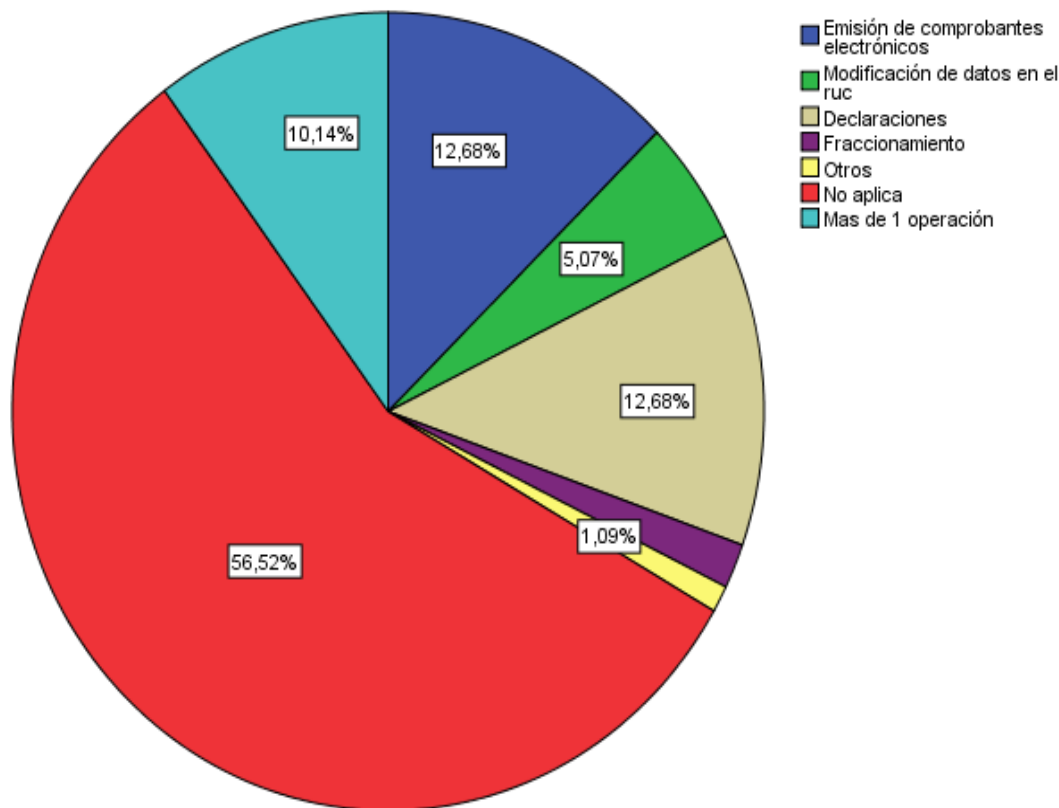


En el gráfico N° 28 sobre si los contribuyentes encuestados han realizado algún trámite en el Sistema de Operaciones en línea, un 42,39% de los contribuyentes *SI* ha realizado diversas operaciones; por otro en un porcentaje mayor un 57,61% no ha realizado dicho trámite ya que consideran que es muy dificultoso realizar dicho proceso por diversos motivos pero principalmente por la falta de conocimiento de términos tributarios.

Tabla 29: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicios de SUNAT Ate, acerca de si su respuesta anterior fue “SI”, indique ¿qué tipos de operaciones realizo?, 2017.

		Contribuyentes	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Emisión de comprobantes electrónicos	35	12,7	12,7	12,7
	Modificación de datos en el ruc	14	5,1	5,1	17,8
	Declaraciones	35	12,7	12,7	30,4
	Fraccionamiento	5	1,8	1,8	32,2
	Otros	3	1,1	1,1	33,3
	No aplica	156	56,5	56,5	89,9
	Más de 1 operación	28	10,1	10,1	100,0
	Total	276	100,0	100,0	

Gráfico N° 29: Porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicios de SUNAT de Ate con relación a si su respuesta anterior fue "SI" que indique el tipo de operaciones que realizó, 2017.

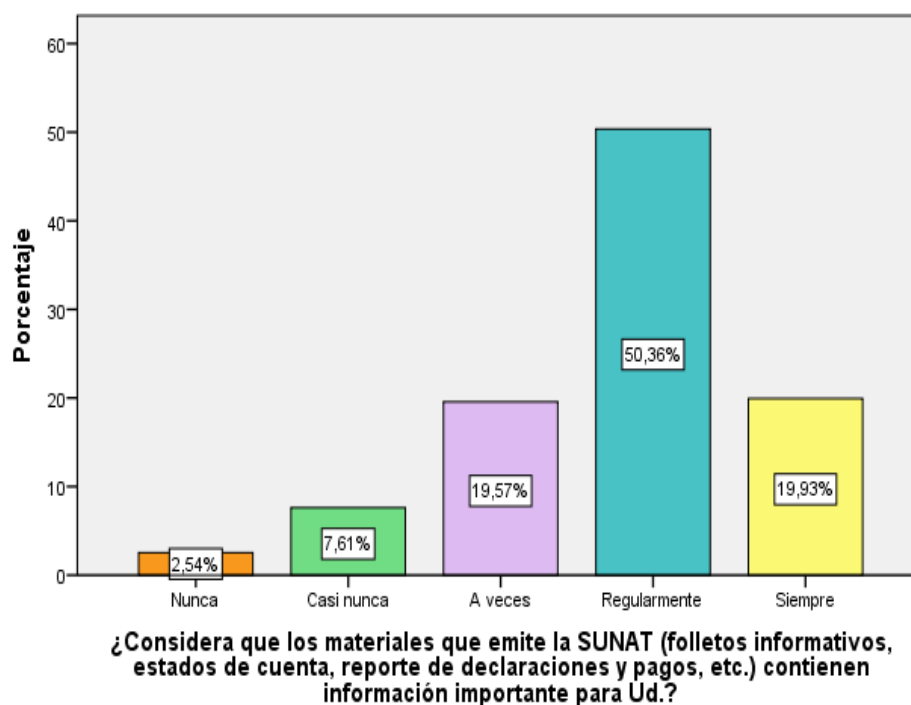


En el gráfico N° 29, sobre si los contribuyentes realizaron alguna operación en línea e indicaron como respuesta *SI*, se les consulto a la vez que operación realizaron y como resultado el 56,52% de los contribuyentes encuestados *NO APLICA* es decir no ha realizado ninguna operación mencionada en las alternativas dadas en la encuesta, mientras que el 12,68% realizo la operación de *EMITIR COMPROBANTES ELECTRONICOS* y *DECLARACIONES* coincidiendo este porcentaje en ambos casos. Por otro lado se observa también que en porcentajes menores los contribuyentes encuestados señalaron que realizan alguna operación que se encuentra dentro de las alternativas como *MODIFICACION DE DATOS EN EL RUC*, *FRACCIONAMIENTO* y *OTROS*; sin embargo un 10,14% indico que ha realizado más de una operación en línea.

Tabla 30: Numero y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicios de SUNAT de Ate 2017 acerca de que si: ¿Considera que los materiales que emite la SUNAT (folletos informativos, estados de cuenta, reporte de declaraciones y pagos, etc.) contienen información importante?

		Contribuye ntes	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	7	2,5	2,5	2,5
	Casi nunca	21	7,6	7,6	10,1
	A veces	54	19,6	19,6	29,7
	Regularmente	139	50,4	50,4	80,1
	Siempre	55	19,9	19,9	100,0
	Total	276	100,0	100,0	

Gráfico N°30: Porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicios de SUNAT de Ate con relación a si consideran que los materiales que emite la SUNAT (folletos informativos, estados de cuenta, reporte de declaraciones y pagos, etc.) contienen información importante, 2017.

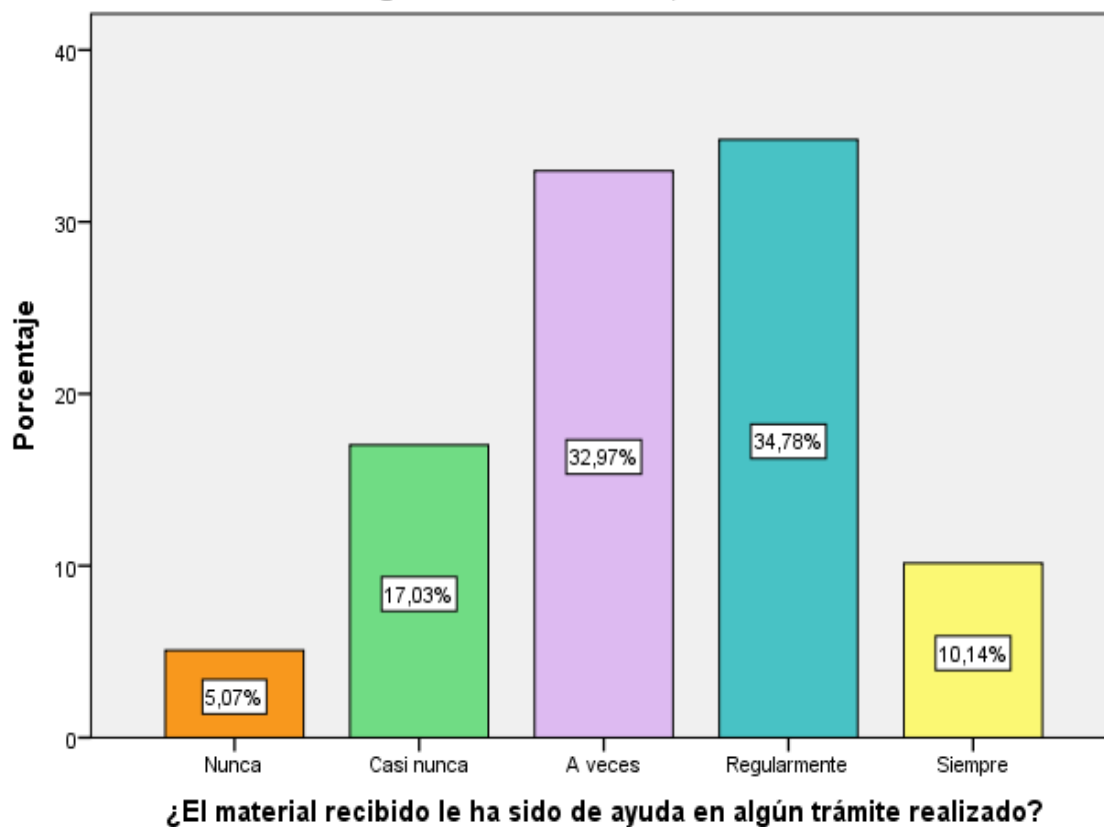


En el gráfico N° 30, sobre si los contribuyentes consideran que los materiales que emite la SUNAT contienen información importante, el 50,36% de los contribuyentes encuestados consideran que este material si contiene información y es importante, mientras que el 19,57% considera que *A VECES* dicho material tiene información relevante para ellos. Sin embargo se observa también que en porcentajes menores los contribuyentes encuestados señalaron que *nunca*, *casi nunca* y solo *a veces* consideran a este material poco importante. Un porcentaje de 19,93% de los contribuyentes considera que este material *SIEMPRE* es importante y contienen información útil.

Tabla 31: Numero y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicios de SUNAT, 2017. ¿El material recibido le ha sido de ayuda en algún trámite realizado?

		Contribuyentes	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	14	5,1	5,1	5,1
	Casi nunca	47	17,0	17,0	22,1
	A veces	91	33,0	33,0	55,1
	Regularmente	96	34,8	34,8	89,9
	Siempre	28	10,1	10,1	100,0
	Total	276	100,0	100,0	

Gráfico N° 31: Porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicios de SUNAT de Ate según su opinión al material recibido si le ha sido de ayuda en algún trámite realizado, 2017.

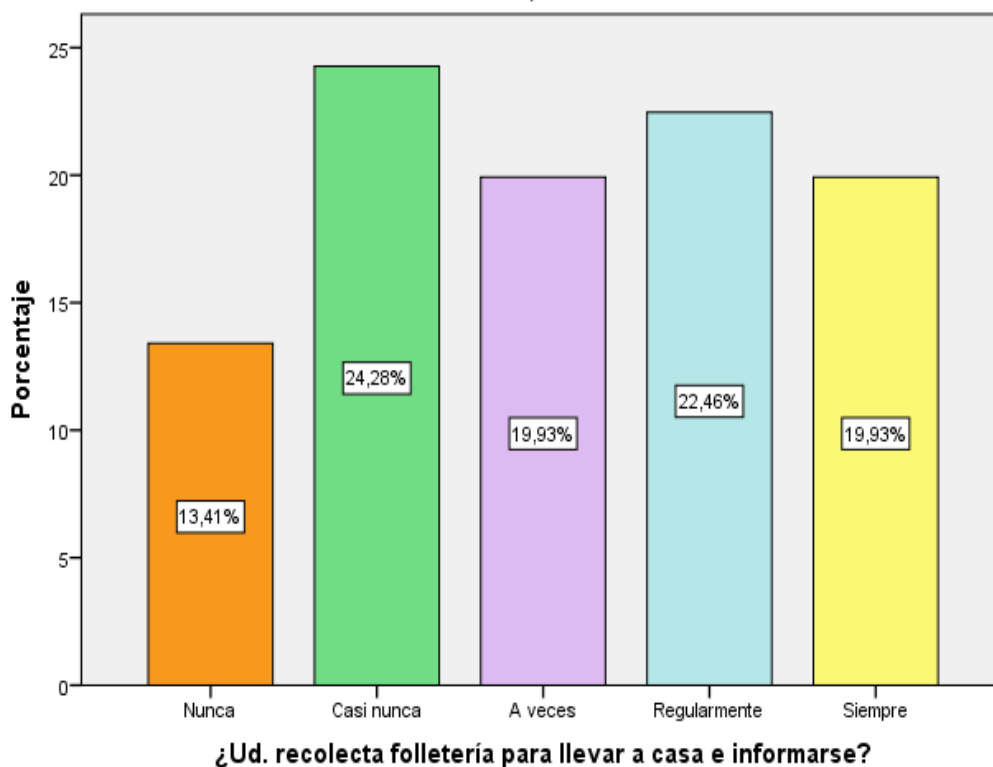


En el gráfico N° 31 sobre si el material que ha recibido por parte de SUNAT le ha ayudado en algún trámite realizado se observa que un 32,97% *A VECES* dicho material lo ha ayudado en algún trámite y un 34,87% *REGULARMENTE* les ha servido y los ha ayudado en alguna operación que ha realizado de los contribuyentes manifiesta que el material proporcionado por SUNAT a veces y regularmente respectivamente le ha sido de ayuda en algún trámite, mientras que un 10,14% siempre le fue de ayuda dicho material; por otro lado, un 5,07% nunca le ha sido de ayuda el material proporcionado.

Tabla 32: Numero y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicios de SUNAT Ate acerca de que si: ¿Recolecta folletería para llevar a casa e informarse?

		Contribuyentes	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	37	13,4	13,4	13,4
	Casi nunca	67	24,3	24,3	37,7
	A veces	55	19,9	19,9	57,6
	Regularmente	62	22,5	22,5	80,1
	Siempre	55	19,9	19,9	100,0
	Total	276	100,0	100,0	

Gráfico N° 32: Porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicios de SUNAT de Ate, con respecto a si recolectan folletería para llevar a casa e informarse, 2017.

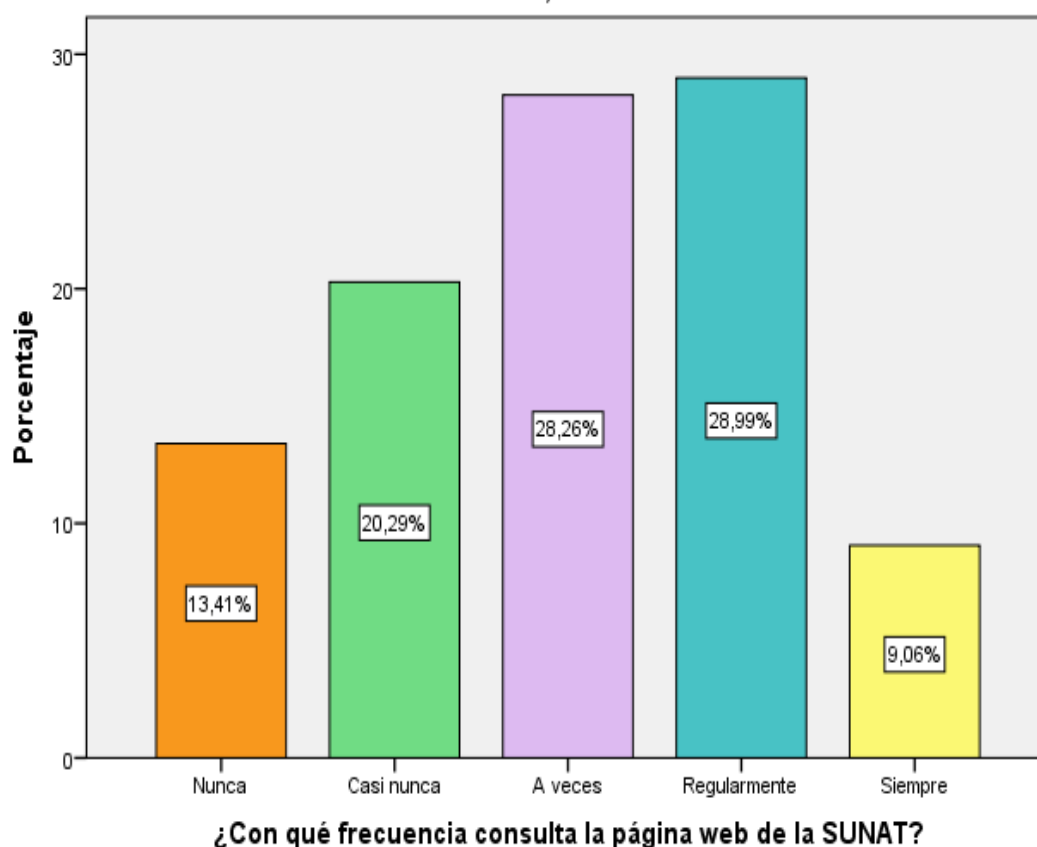


En el gráfico N° 32 sobre si los contribuyentes recolectan folletería para llevar a casa e informarse, un 19,93% de los encuestados *SIEMPRE* lleva dicha folletería, un porcentaje de 22,46% *REGULARMENTE* recolecta el material y se la lleva a casa. Por otro lado un 13,41% *NUNCA* recolecta esta folletería ni tampoco se la lleva a casa para informarse. En un porcentaje más alto encontramos que un 24,28% de los contribuyentes encuestados *CASINUNCA* lleva el material a su casa.

Tabla 33: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicios de SUNAT de Ate según su opinión a ¿Con qué frecuencia consulta la página web de la SUNAT?

		Contribuyentes	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	37	13,4	13,4	13,4
	Casi nunca	56	20,3	20,3	33,7
	A veces	78	28,3	28,3	62,0
	Regularmente	80	29,0	29,0	90,9
	Siempre	25	9,1	9,1	100,0
	Total	276	100,0	100,0	

Gráfico N° 33: Porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicios se SUNAT de Ate, con relación a la frecuencia con que consulta la página web de la SUNAT, 2017.

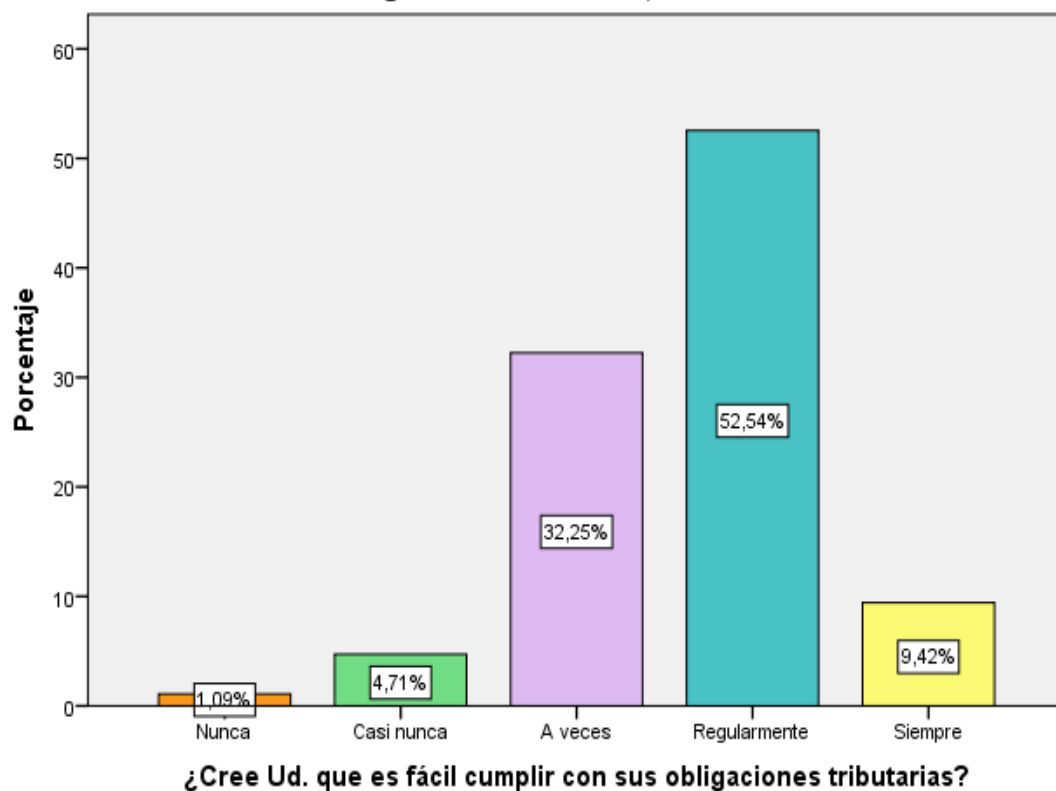


En el gráfico N° 33 sobre con qué frecuencia los contribuyentes visitan la página web de SUNAT se entiende que un 9,06% *SIEMPRE* visita la página web de SUNAT ya que les resulta fácil realizar algunos trámites en la página web de SUNAT. En otros porcentajes mayores un 28,99% *REGULARMENTE* consulta la página web y paralelamente en un porcentaje un poco distante del anterior, con un porcentaje de 28,26% *A VECES* consulta la página web. Sin embargo, un 13,41% *nunca* visita dicha página ya que les resulta difícil entender algunos términos tributario, y un 20,26% no la consulta *CASI NUNCA*.

Tabla 34: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicios de SUNAT de Ate según su opinión a que si ¿Cree que es fácil cumplir con sus obligaciones tributarias?

		Contribuyentes	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	1,1	1,1	1,1
	Casi nunca	13	4,7	4,7	5,8
	A veces	89	32,2	32,2	38,0
	Regularmente	145	52,5	52,5	90,6
	Siempre	26	9,4	9,4	100,0
	Total	276	100,0	100,0	

Gráfico N° 34: Porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicios de SUNAT de Ate que según su opinión cree que es fácil cumplir con sus obligaciones tributarias, 2017.

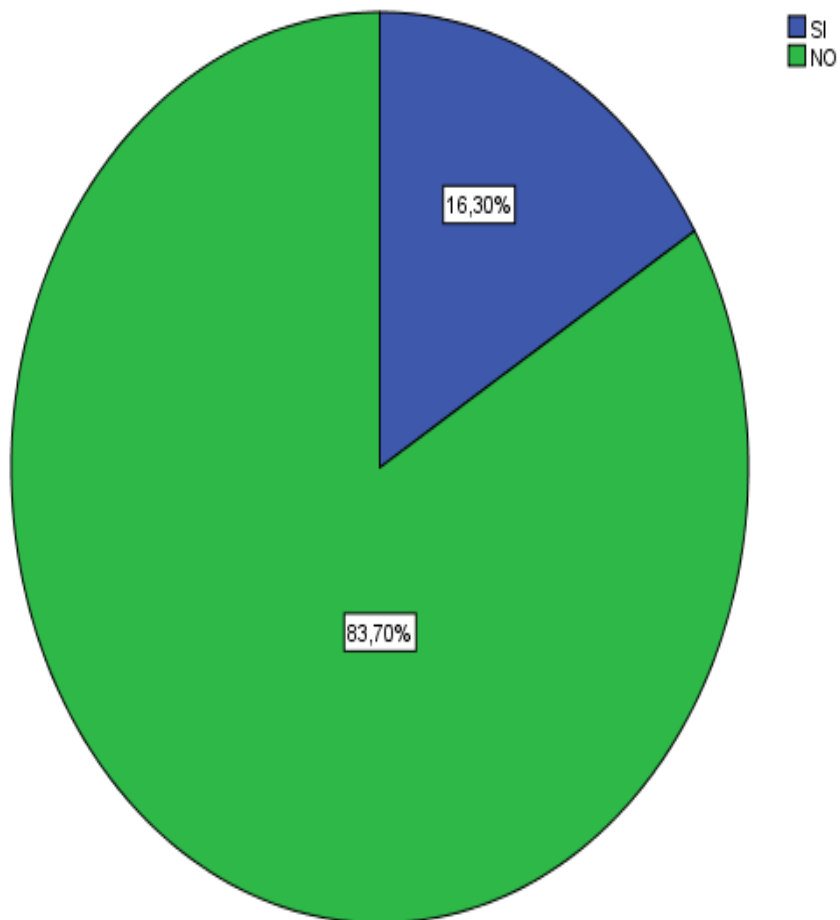


En el gráfico N° 34, sobre si es fácil cumplir con sus obligaciones tributarias un 9,42% considera que *SIEMPRE* es fácil cumplir con las obligaciones tributarias. Sin embargo en porcentajes más altos, un 52,54% de los contribuyentes encuestados consideran que *REGULARMENTE* es fácil cumplir con sus obligaciones y un 32,25% de los contribuyentes también considera que *A VECES* es fácil cumplir con lo mencionado. Sin embargo se observa también que en porcentajes menores los contribuyentes encuestados señalaron que *NUNCA Y CASI NUNCA* es fácil cumplir con dichas obligaciones que tienen como contribuyentes y buscan asesorías externas.

Tabla 35: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicios de SUNAT de Ate según a si ¿Ha sido sancionado alguna vez por parte de la SUNAT?

		Contribuyentes	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	45	16,3	16,3	16,3
	NO	231	83,7	83,7	100,0
	Total	276	100,0	100,0	

Gráfico N° 35: Porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicios de SUNAT de Ate con respecto a si alguna vez ha sido sancionado por parte de SUNAT.

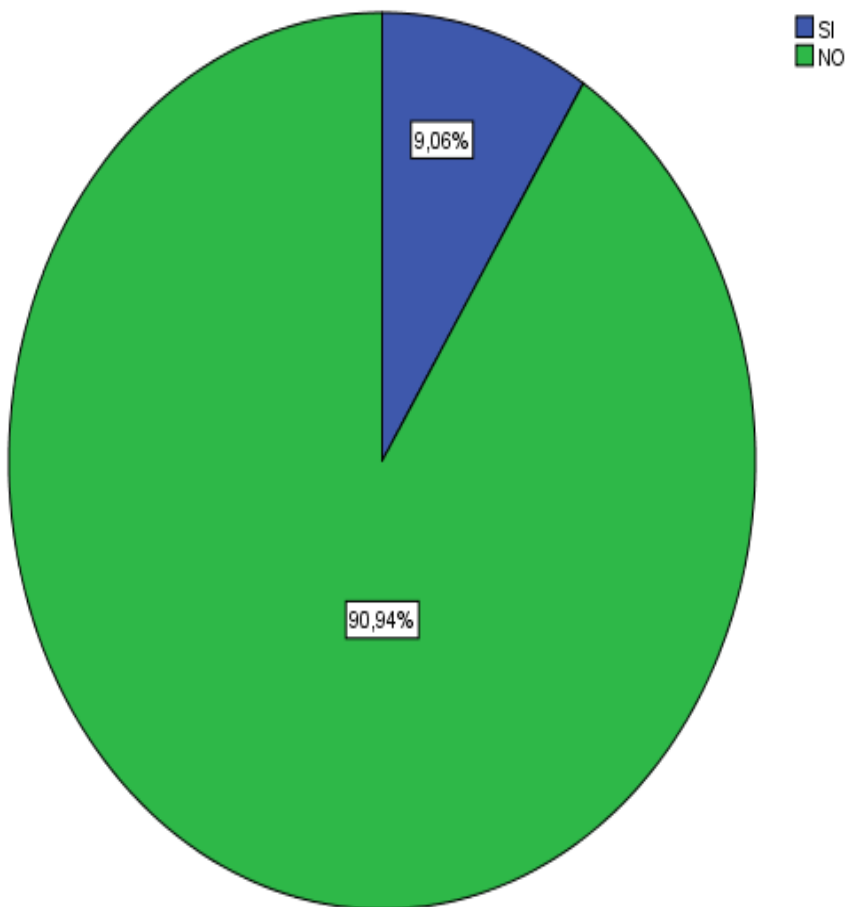


En el gráfico N° 35 sobre si alguna vez algún contribuyente ha sido sancionado por parte de SUNAT, resulta que un 83,70% de los contribuyentes encuestados *NO* ha sido sancionado por SUNAT. Sin embargo un 16,30% *SI* fue sancionado al menos una vez o más por parte de SUNAT ya que incurrió en multas y/u otras infracciones por falta de información y cultura tributaria.

Tabla 36: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicios de SUNAT de Ate con relación a si ¿Ha recibido charlas informativas de la SUNAT para el cumplimiento de sus obligaciones?

		Contribuyentes	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	25	9,1	9,1	9,1
	NO	251	90,9	90,9	100,0
	Total	276	100,0	100,0	

Gráfico N° 36: Porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicios de SUNAT de Ate con respecto a si ha recibido charlas informativas por parte de SUNAT para el cumplimiento de sus obligaciones, 2017.

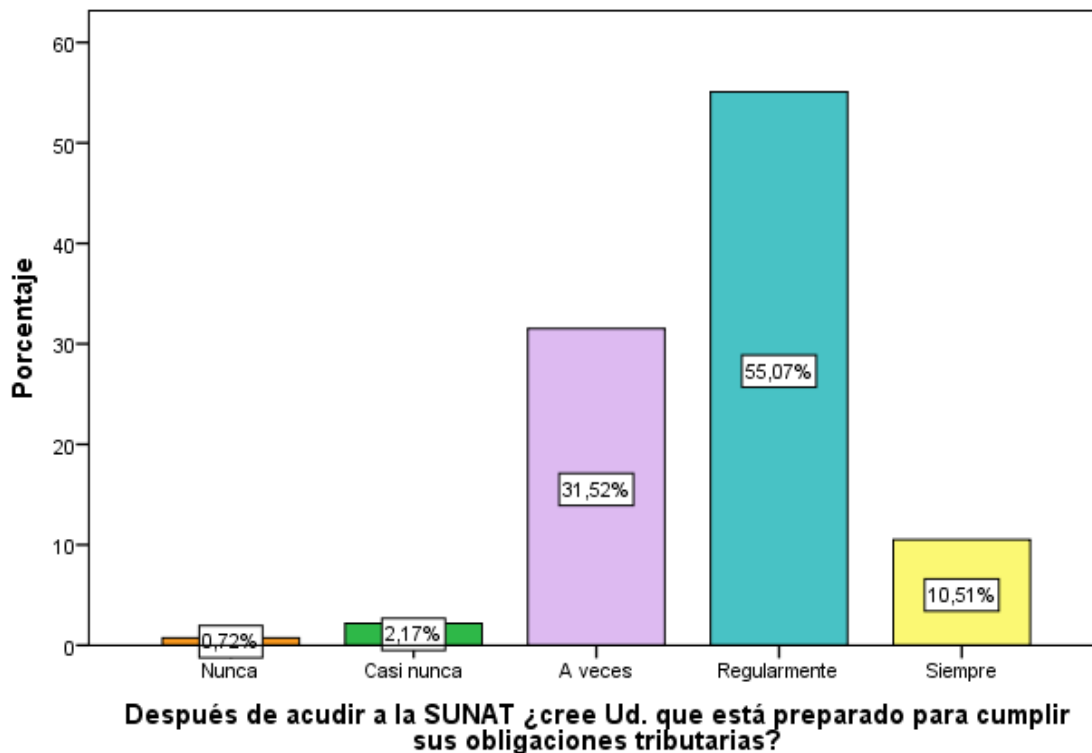


En el gráfico N° 36 sobre si ha recibido charlas informativas por parte de SUNAT para el cumplimiento de sus obligaciones, los contribuyentes manifestaron que un 90,94% *NO* ha recibido charlas por parte de SUNAT ni sienten apoyo por parte de dicha Entidad. En un porcentaje muy por debajo del 50% con un 9,06% manifiesta que *SI* ha recibido charlas por parte de la entidad pública en algún momento.

Tabla 37: Número y porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicios de SUNAT de Ate con relación a si ¿Consideran que están preparados para cumplir sus obligaciones tributarias?

		Contribuyentes	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	,7	,7	,7
	Casi nunca	6	2,2	2,2	2,9
	A veces	87	31,5	31,5	34,4
	Regularmente	152	55,1	55,1	89,5
	Siempre	29	10,5	10,5	100,0
	Total	276	100,0	100,0	

Gráfico N° 37: Porcentaje de contribuyentes que acuden al Centro de Servicios de SUNAT de Ate, según su opinión después de acudir a la SUNAT si consideran que están preparados para cumplir sus obligaciones tributarias, 2017.



En el gráfico N° 37, sobre si los contribuyentes se encuentran preparados para cumplir con sus obligaciones tributarias, el 10,51% de los contribuyentes encuestados consideran que *SIEMPRE* se encuentran preparados para cumplir dichas obligaciones tributarias, mientras que el 55,07% considera que está preparado *REGULARMENTE* para dichos trámites. También se observa que un porcentaje de 31,52% *A VECES* se encuentra preparado. Sin embargo en porcentajes mucho menores un 2,17% *CASI NUNCA* se encuentra preparado para cumplir sus obligaciones y un 0,72% *NUNCA* se encuentra preparado para asumir solos dicha obligación como contribuyentes. Estos resultados evidencian que aun un grupo de contribuyentes no podría realizar sus operaciones sin asesoría externa y que la necesitan para no ser sancionados.

5.2. Pruebas de Hipótesis

Prueba de hipótesis específica 1:

Ho: La actitud y disposición del gestor de servicios no influye directamente el nivel educativo tributario de los contribuyentes.

H₁: La actitud y disposición del gestor de servicios influye directamente el nivel educativo tributario de los contribuyentes.

Si $\text{Sig} < \alpha = 0.05$ se rechaza la hipótesis nula Ho y se acepta la hipótesis alternante.

Correlaciones

		La actitud y disposición del gestor de servicios de su calidad de atención	Interés sobre cultura tributaria
Rho de Spearman	La actitud y disposición del gestor de servicios de su calidad de atención	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 -,128* ,033 276
	Interés sobre cultura tributaria	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	-,128* 1,000 ,033 276

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

Con un nivel de significación del 5% se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna: la actitud y disposición del gestor de servicios de su calidad de atención SI influye en el interés sobre cultura tributaria, lo cual ha sido contrastada

mediante la Prueba Rho de Spearman, utilizando el software estadístico SPSS, versión 24, para lo cual se adjunta las evidencias conformadas por la Tabla y el resultado de la prueba Rho de Spearman.

Prueba de hipótesis específica 2:

Ho: El proceso de atención no influye directamente en el acceso a las nuevas tecnologías para los contribuyentes.

H₁: El proceso de atención influye directamente en el acceso a las nuevas tecnologías para los contribuyentes.

Correlaciones

			El proceso de atención de la calidad de atención	¿Ud. recolecta folletería para llevar a casa e informarse?
Rho de Spearman	El proceso de atención de la calidad de atención	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 . 276	-,144* ,017 276
	¿Ud. recolecta folletería para llevar a casa e informarse?	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	-,144* ,017 276	1,000 . 276

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

Con un nivel de significación del 5% se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna: El proceso de atención de la calidad de atención SI influye en el interés sobre cultura tributaria, lo cual ha sido contrastada mediante la Prueba Rho de Spearman,

utilizando el software estadístico SPSS, versión 24, para lo cual se adjunta las evidencias conformadas por la Tabla y el resultado de la prueba Rho de Spearman.

Prueba de hipótesis específica 3:

Ho: El manejo de información actualizada no influye positivamente en el interés sobre cultura tributaria.

H₁: El manejo de información actualizada influye positivamente en el interés sobre cultura tributaria.

Correlaciones

			Ante una consulta ¿Los gestores de servicios respondieron con facilidad?	¿Ud. recolecta folletería para llevar a casa e informarse?
Rho de Spearman	Ante una consulta ¿Los gestores de servicios respondieron con facilidad?	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 . 276	-,266** ,000 276
	¿Ud. recolecta folletería para llevar a casa e informarse?	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	-,266** ,000 276	1,000 . 276

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Con un nivel de significación del 5% se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna: El manejo de información actualizada como parte de la calidad de atención SI contribuye al interés sobre cultura tributaria, lo cual ha sido contrastada mediante la Prueba Rho de Spearman, utilizando el software estadístico SPSS, versión 24, para lo cual se adjunta las evidencias conformadas por la Tabla y el resultado de la prueba Rho de Spearman.

Prueba de hipótesis específica 4:

Ho: La comprensión de necesidades no influye positivamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias del contribuyente.

H₁: La comprensión de necesidades influye positivamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias del contribuyente.

Correlaciones

			La comprensión de necesidades del contribuyente como parte de la calidad de atención.	Interés sobre cultura tributaria
Rho de Spearman	La comprensión de necesidades del contribuyente como parte de la calidad de atención.	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 . 276	-,177** ,003 276
	Interés sobre cultura tributaria	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	-,177** ,003 276	1,000 . 276

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Con un nivel de significación del 5% se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna: La comprensión de necesidades del contribuyente como parte de la calidad de atención SI influye en el interés sobre cultura tributaria, lo cual ha sido contrastada mediante la Prueba Rho de Spearman, utilizando el software estadístico SPSS, versión 24, para lo cual se adjunta las evidencias conformadas por la Tabla y el resultado de la prueba Rho de Spearman.

Hipótesis general:

Ho: La calidad de atención no influye directamente en el interés sobre cultura tributaria del contribuyente del centro de servicio SUNAT- Ate.

HI: La calidad de atención influye directamente en el interés sobre cultura tributaria del contribuyente del centro de servicio SUNAT- Ate.

Correlaciones

			La calidad de atención	Interés sobre cultura tributaria del contribuyente del centro de servicio SUNAT – Ate
Rho de Spearman	La calidad de atención	Coefficiente de correlación	1,000	-,138*
		Sig. (bilateral)	.	,022
		N	276	275
	Interés sobre cultura tributaria del contribuyente del centro de servicio SUNAT – Ate	Coefficiente de correlación	-,138*	1,000
		Sig. (bilateral)	,022	.
		N	275	275

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

Con un nivel de significación del 5% se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna: La calidad de atención SI influye en el interés sobre cultura tributaria, lo cual ha sido contrastada mediante la Prueba Rho de Spearman, utilizando el software estadístico SPSS, versión 24, para lo cual se adjunta las evidencias conformadas por la Tabla y el resultado de la prueba Rho de Spearman.

CONCLUSIONES

1. Contrastando los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a la muestra de 276 contribuyentes del Centro de Atención de SUNAT- Ate y con fundamento teórico se establece que, al efectuar el diagnóstico sobre la influencia que tiene la actitud y disposición del gestor de servicios en el interés sobre cultura tributaria, se muestra que en los contribuyentes ha afectado de manera positiva la atención del gestor de servicio porque se evidencia que es mínimo el porcentaje de contribuyentes sancionados con alguna infracción por parte de entidad pública.
2. Con respecto a los resultados obtenidos sobre el proceso de atención y su influencia en la cultura tributaria, se ha evidenciado que el contribuyente no está de acuerdo no solo con el horario de atención de la sede de SUNAT-Ate, sino que también percibe que no hay personal suficiente para poder atender a todo el público asistente en ciertas horas. Y esto ocasiona que la atención sea regularmente rápida para la mayoría de contribuyentes encuestados.
3. Por el lado del manejo de la información actualizada como parte de la calidad de atención y cómo ella influye en el interés sobre cultura tributaria, vemos que los contribuyentes consideran que el personal si está debidamente capacitado con la información actualizada y por ello de manera continua confía en la información brindada en el centro de atención. Prueba de ello es que los resultados de los gráficos indican que de manera regular han podido notar no solo un mejoramiento del servicio, sino también la facilidad como han podido absolver sus dudas.
4. Finalmente, con respecto a cómo la comprensión de las necesidades forma parte de la calidad de atención y la manera cómo influye positivamente en la cultura tributaria, hemos encontrado resultados positivos, ya que los contribuyentes

indicaron que saben que acudiendo al centro de servicio de SUNAT-Ate van a encontrar las mejores soluciones y de acuerdo de sus necesidades.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda al Centro de Servicios de SUNAT – Ate extender el horario de atención ya que en los resultados obtenidos se pudo concluir que los contribuyentes no se encuentran conforme con este, ellos recomiendan habilitar la atención los días sábados hasta las 6 pm porque de lunes a viernes laboran y deben pedir permisos y/o diversas excusas para acudir a SUNAT.
2. Con relación al Sistema de Operaciones en Línea (SOL) se puede concluir que los contribuyentes no realizan operaciones vía web ya que consideran que dicha página no brinda información asequible a su vez consideran que no aporta en sus consultas, se recomienda utilizar términos menos técnicos y fácil de comprender.
3. Se recomienda a SUNAT implementar la opción de Chat Online para poder absolver dudas y/o consultas de los contribuyentes vía web, ya que ayudaría a que algunos contribuyentes tengan que ir hasta un centro de atención, con esto se les ahorraría tiempo, a la vez que existiría menos congestión de visitantes a SUNAT.
4. Además, se recomienda que los funcionarios del área de orientación al contribuyente deben fomentar un clima de atención favorable y agradable, dando perspectivas de confort, amabilidad, empatía y confianza al contribuyente.

BIBLIOGRAFÍA

1. Alva Matteucci, Mario (2013), Planeamiento Tributario: ¿Es posible realizarlo actualmente sin quebrantar las normas?, Actualidad Empresarial, Lima.
2. Amasifuen Reátegui, Manuel (2016), Importancia de la cultura tributaria en el Perú, revista, Tarapoto.
3. Aldana, L., Álvarez, M., Bernal, C., Díaz, M., González, C., Galindo, O. y Villegas, A. (2011), Administración por calidad, alfaomega, Bogotá. Disponible en:<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=wgRIwqqUrAwC&oi=fnd&pg=PP1&dq=Philip+Crosby.+Teor%C3%ADa+de+la+Calidad&ots=qeJB2nBwj&sig=64Me578K70w8Rw6p5fbaWYBwcqk#v=onepage&q=Philip%20Crosby.%20Teor%C3%ADa%20de%20la%20Calidad&f=false>
4. Alonso, M., Alonso, S., y Cabral, G. (2016), Evaluación de la calidad del sistema de triage del Hubu, trabajo de investigación, Burgos.
5. Albrecht, K. A. (1990), La revolución del servicio, Legis, Bogotá.
6. Armas, M. y Colmenares, M. (2009). Educación para el desarrollo de la cultura tributaria. Revista Electrónica de Humanidades, Educación y Comunicación Social (REDHECS), Venezuela.

7. Arias, Luis Alberto (2009), La tributación directa en América Latina: equidad y desafíos. El caso de Perú, CEPAL, Chile.
8. Arias, Luis Alberto (2011). Política tributaria para el 2011 – 2016. INDE Consultores. Lima.
9. Arrué Flores, Jorge L. (2014). TESIS: “Análisis de la calidad del servicio de atención en la oficina desconcentrada de Osiptel Loreto desde la percepción del usuario período junio a setiembre de 2014”. Loreto – Perú.
10. Barragán, Paulino (2002), Avances de la administración tributaria en el Perú – la cultura de servicio al contribuyente como estrategia de gestión, revista Gestión en el Tercer Milenio unmsm, Lima.
11. Blanco Prieto, Antonio (2001), Atención al Cliente (3ra. ed.), Ediciones Pirámide, Madrid.
12. Cosulich Ayala Jorge (1993). La evasión tributaria. Santiago CEPAL. Chile.
13. Cortázar Velarde, Juan C. (2000). Estrategias educativas para el desarrollo de una "cultura tributaria" en América Latina. Experiencias y líneas de acción. Venezuela.

14. Cievera Satorres, M. (2008). TESIS: Análisis de relación entre calidad de atención y satisfacción en el ámbito hospitalario en función de modelo de función establecido. Castellon de la plana, España.
15. Domínguez Collins, H. (2006), El servicio invisible: fundamento de un buen servicio al cliente, Ecoe Ediciones, Bogotá.
16. Deming, William Edwards (1989); Calidad, Productividad y Competitividad La salida de la crisis, ediciones Díaz de Santos, Madrid.
17. Gómez Gallardo, L. M. y Macedo Buleje, J. C. (2008). La difusión de la cultura tributaria y su influencia en el sistema educativo peruano. Perú.
18. Ishikawa, K. (2012). Maestros de la calidad. Disponible en:
<http://maestrosdelacalidadop100111.blogspot.pe/2012/09/filosofia-kaoru-ishikawa.html?m=1>. Japón.
19. Juran, Joseph (1990), Juran y la planificación de la calidad, ediciones Díaz de Santos, Madrid.
20. Ministerio de educación (2010). Diseño curricular nacional de educación básica regular. Disponible en:
<http://www.minedu.gob.pe/normatividad/reglamentos/DisenoCurricularNacional.pdf>.
Lima.

21. OCDE (2015), Fomentando la Cultura Tributaria, el cumplimiento fiscal y la ciudadanía, trabajo de investigación, México.
22. Peñaranda Iglesias, Augusto Alan (2008). Política, estructura e instrumentos para la asistencia al contribuyente. Instituto de Estudios Fiscales. Lima
23. Requena Ponce M. y Serrano López G. (2007). Trabajo de investigación: Calidad de servicio desde la perspectiva de clientes, usuarios y auto-percepción de empresas de captación de talento. Caracas - Venezuela.
24. Roca, Carolina (2011), Estrategias para la formación de la cultura tributaria – Asamblea General del CIAT N° 42, Serie Temática Tributaria N° 15 Setiembre 2011 asistencia al Contribuyente, Guatemala.
25. Serna Gómez, Humberto (2008), Gerencia Estratégica (10ma. Ed.), Temas Gerenciales, Bogotá.
26. Silvestri, C. y Silvestri, K. (2011). Estrategias de aprendizaje de la cultura tributaria en el marco de los estudios a distancia, 1eras Jornadas Internacionales de Educación a distancia Noviembre-Diciembre, Venezuela.
27. Solórzano Tapia, Dulio Leónidas (2015), La cultura tributaria un instrumento para combatir la evasión tributaria en el Perú, trabajo de investigación, Lima.

28. Sunat (2012). Cultura tributaria y aduanera. Disponible en:
<http://cultura.sunat.gob.pe/index.php/materiales-educativos>. Lima.
29. Sunat (2015). Informe Anual de Gestión por Resultados: 2015, SUNAT. Lima.
30. Sunat (2015) Informe de Gestión por Resultados 2015 SUNAT. Disponible en:
<http://www.sunat.gob.pe/cuentassunat/planestrategico/informeGestion/inforGestion-2015.pdf> . Lima – Perú.
31. Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración tributaria (SUNAT) (2016), en línea, Lima. Disponible en: <http://www.sunat.gob.pe/>
32. SUNAT (2012), Cultura Tributaria, Libro de consulta, Lima.
33. Summers, Donna (2006), Administración de la Calidad, Pearson Educación, México.

ANEXOS



ENCUESTA:

N° ENCUESTA:

Estimados contribuyentes, sírvase leer atentamente las preguntas que siguen y valore según su preferencia.											
Tenga en cuenta que: 1=Nunca. 2= Casi nunca. 3= A veces. 4=Regularmente. 5= Siempre.											
Agradecemos por su gentil colaboración.											
1. Señale su género:							F		M		
2.Especifique el distrito de procedencia:											
3. Marque la atención en el área visitada:					1. Trámite		2. Orientación		3.Cabina		
4. Identifique su rango de edad: (marcar con un X la casilla correspondiente)				<input type="checkbox"/> 1 18-30	<input type="checkbox"/> 2 31-49		<input type="checkbox"/> 3 50-64		<input type="checkbox"/> 4 65 a más		
PREGUNTAS:							1	2	3	4	5
1. ¿Cuándo recibe la atención es saludado cordialmente?											
2. ¿El comportamiento de los gestores de servicios le transmite confianza?											
3. Al momento de ser atendido, ¿el gestor mostró interés en orientarlo adecuadamente?											
4. Comprendió la explicación que le brindó el gestor sobre su consulta tributaria o trámite solicitado.											
5. ¿Cree Ud. que el horario de atención de la SUNAT – Ate es el adecuado?							SI		NO		
6. ¿Considera que hay personal suficiente para atención en SUNAT – Ate?											

7. ¿Considera que el tiempo en las ventanillas de SUNAT - Ate es el adecuado para resolver sus consultas y/o trámites?					
8. ¿Considera que la atención desde que ingreso a SUNAT - Ate es rápida?					
9. ¿Considera que la información brindada por los orientadores es fácil de comprender?					
10. Cuando Ud. hace una consulta sobre los nuevos regímenes tributarios, ¿recibe la información actualizada?					
11. Ante una consulta ¿Los gestores de servicios respondieron con facilidad?					
12. ¿Ha observado mejoras en el funcionamiento general del servicio en sus distintas visitas al centro de atención?					
13. ¿Considera que el servicio se adapta perfectamente a sus necesidades como usuario?					
14. ¿Cuándo acude al centro de atención sabe que encontrará las mejores soluciones?					
15. ¿Considera que la información recibida satisface sus necesidades?					
16. ¿Cree Ud. que los gestores de servicio están totalmente calificados para las tareas que tiene que realizar en la SUNAT – Ate?					
17. Señale su grado de instrucción: 1. Primaria incompleta 2. Primaria completa 3. Secundaria incompleta 4. Secundaria completa 5. Superior					
18. Cuando ha visitado la SUNAT, ¿ha sido por iniciativa propia?					
19. ¿Considera que los tramites en SUNAT – Ate son fáciles de realizar?					
20. ¿Considera necesario alguna asesoría externa en temas tributarios?					

21. ¿Tiene acceso a una computadora con internet en casa?	SI		NO	
22. ¿Considera que es fácil encontrar información en la página web de SUNAT?				
23. ¿Conoce Ud. acerca de la clave SOL?	SI		NO	
24. ¿Ha realizado algún trámite en el Sistema de Operaciones en Línea?	SI		NO	
25. Si su respuesta anterior fue “SI”, indique que tipos de operaciones ha realizado:				
1. Emisión de comprobantes electrónicos				
2. Modificación de datos en el RUC				
3. Declaraciones				
4. Fraccionamiento				
5. Otros				
26. ¿Considera que los materiales que emite la SUNAT (folletos informativos, estados de cuenta, reporte de declaraciones y pagos, etc.) contienen información importante para Ud.?				
27. ¿El material recibido le ha sido de ayuda en algún trámite realizado?				
28. ¿Ud. recolecta folletería para llevar a casa e informarse?				
29. ¿Con qué frecuencia consulta la página web de la SUNAT?				
30. ¿Cree Ud. que es fácil cumplir con sus obligaciones tributarias?				
31. ¿Ha sido sancionado alguna vez por parte de la SUNAT?	SI		NO	
32. ¿Ha recibido charlas informativas de la SUNAT para el cumplimiento de sus obligaciones?	SI		NO	
33. Después de acudir a la SUNAT ¿cree Ud. que está preparado para cumplir sus obligaciones tributarias?				
34. Le gustaría agregar alguna sugerencia:				

