



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios del servicio de  
administración tributaria de Lima-2017

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

**AUTOR:**

Jose Alfredo Huanca Sifuentes

**ASESOR:**

M Sc. Flabio Romeo Paca Pantigoso

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

**MARKETING**

**LIMA - PERÚ**

**2017**

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a) JOSE ALFREDO HUANCA SIFUENTES

cuyo título es:

CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DEL SERVICIO DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA DE LIMA - 2017

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: ...<sup>5</sup>.....(número)  
*Quinto*.....(letras).

LIMA 09 de DICIEMBRE de 2017



.....  
 PRESIDENTE



.....  
 SECRETARIO



.....  
 VOCAL

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------

## **Dedicatoria**

A Dios quien me dio fuerzas para seguir adelante a pesar de todos los obstáculos, a mis padres y esposa por la ayuda y apoyo incondicional y a mis hijos por ser fuente de motivación para salir adelante.

## **Agradecimiento**

A la Universidad Cesar Vallejo, por darme la oportunidad de adquirir nuevos conocimientos y experiencias a través de sus docentes, a todos los profesores en especial a Doctor Oscar Salas por la paciencia de guiarnos y asesorarnos en el desarrollo de la Tesis.

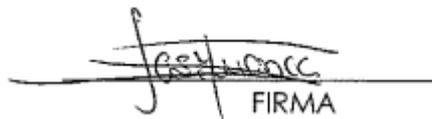
## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Jose Alfredo Huanca Sifuentes, con DNI N° 44430134, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

San Juan de Lurigancho, 09 diciembre del 2017



FIRMA

Jose Alfredo Huanca Sifuentes

## PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada: **CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DEL SERVICIO DE ADMINISTRACION TRIBUTARIA DE LIMA-2017**”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado en Administración.



FIRMA

Jose Alfredo Huanca Sifuentes

## **PÁGINAS PRELIMINARES**

<b>PÁGINA DEL JURADO</b> .....	<b>ii</b>
<b>DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD</b> .....	<b>iv</b>
<b>PRESENTACIÓN</b> .....	<b>v</b>
<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>ii</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	<b>iii</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>CAPITULO I: INTRODUCCION</b> .....	<b>1</b>
1.1. Realidad problemática .....	<b>2</b>
1.2. Trabajos previos .....	<b>4</b>
1.3. Teorías relacionadas al tema. ....	<b>8</b>
1.4. Formulación del problema.....	<b>13</b>
1.5. Justificación del estudio.....	<b>14</b>
1.6. Objetivos.....	<b>15</b>
1.7. Hipótesis .....	<b>16</b>
<b>CAPITULO II: METODO</b> .....	<b>17</b>
2.1 Diseño de Investigación.....	<b>18</b>
2.2 Variable, operacionalización. ....	<b>19</b>
2.3 Población y Muestra.....	<b>22</b>
2.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos, validez y confiabilidad. 23	
2.5 Método de análisis de datos.....	<b>26</b>
2.6 Aspectos Éticos .....	<b>27</b>
<b>CAPITULO III: RESULTADOS</b> .....	<b>28</b>
<b>IV. DISCUSIÓN</b> .....	<b>35</b>
<b>V.CONCLUSIONES</b> .....	<b>40</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES</b> .....	<b>42</b>
<b>VIII. REFERENCIAS</b> .....	<b>45</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>48</b>

## ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1: variable calidad de servicio .....	24
Tabla 2: variable - satisfacción del usuario.....	25
Tabla 3: Alfa de Cronbach para calidad de servicio .....	26
Tabla 4: Alfa de Cronbach Satisfacción de los usuarios.....	26
Tabla 5: Calidad de servicio y satisfacción del usuario.....	29
Tabla 6: Elementos tangibles y satisfacción del usuario.....	30
Tabla 7: Fiabilidad y satisfacción del usuario .....	31
Tabla 8: Capacidad de respuesta y satisfacción del usuario .....	32
Tabla 9: Seguridad y satisfacción del usuario .....	33
Tabla 10: Empatía y satisfacción del usuario .....	34

## RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima, año 2017. Esta investigación es de tipo descriptiva; porque las variables no fueron manipuladas y se utilizó conocimientos pre establecido, como teorías para medir las variables de calidad de servicio y satisfacción de los usuarios. Se realizó una muestra de 150 usuarios que acudieron al Servicio de Administración Tributaria de Lima, este número es el resultante de la fórmula del muestreo aleatorio simple con un margen de error del 8% y un nivel de confiabilidad del 95%. Los datos se recolectaron mediante la técnica de la encuesta usando como instrumento al cuestionario en escala de Likert. La validación del instrumento se realizó mediante juicio de expertos y la Fiabilidad del mismo se calculó a través del coeficiente Alfa de Cronbach. Finalmente se determinó una relación directa positiva entre las variables calidad de servicio y satisfacción de los usuarios, con un coeficiente de correlación Rho Spearman de 0,332; quiere decir que a mayor calidad de servicio mayor es la satisfacción de los usuarios.

**Palabras Clave:** administración tributaria, calidad de servicio, satisfacción del usuario.

## ABSTRACT

The objective of this research is to determine the relationship between the quality of service and the satisfaction of users of the Tax Administration Service of Lima, 2017. This research is descriptive; because the variables were not manipulated and pre-established knowledge was used, as theories to measure the variables of service quality and user satisfaction. A sample of 150 users who attended the Tax Administration Service of Lima, this number is the result of the formula of simple random sampling with a margin of error of 8% and a level of reliability of 95%. The data was collected using the survey technique using the Likert scale questionnaire as an instrument. The validation of the instrument was made by expert judgment and the reliability of the instrument was calculated through the Cronbach's Alpha coefficient. Finally, a positive direct relationship was determined between the variables quality of service and user satisfaction, with a Rho Spearman correlation coefficient of 0.332; it means that the higher the quality of service, the greater the satisfaction of the users.

**Keywords:** work environment, work performance, quality of service, user satisfaction.

## **CAPITULO I: INTRODUCCION**

## **1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA**

A pesar del desarrollo económico y los logros sociales obtenidos en años recientes, los países de América Latina tienen por delante importantes tareas que construir, una gestión pública más eficiente y efectiva para atender las necesidades de la ciudadanía. Según el Banco Interamericano de desarrollo; los países de América latina invierten un promedio de 5,8 % del PBI en sus servicios civiles del gobierno, lo que equivale el 41% de sus ingresos tributarios.

En América latina, Ecuador ocupa el sexto lugar en eficiencia del sector público según el estudio del Banco Interamericano de Desarrollo que evaluó el rendimiento del servicio civil de 16 países, anteriormente este país ocupaba el penúltimo lugar. Chile y Brasil lideran el ranking, este mejoramiento se debe a buenas prácticas laborales dentro de las funciones públicas, fortalecer y transparentar los concursos de mérito, obteniendo funcionarios que logren la satisfacción de los ciudadanos.

En el pasado, muchas organizaciones públicas presentaban poca atención a la calidad del servicio o carecían de sensibilidad hacia los usuarios o clientes, pero esto está cambiando. La nueva gestión pública supone que este sector debe ser más eficiente, buscando resultados positivos en el servicio que brindan. En el Perú durante los últimos 25 años, se ha sentido profundos cambios en la administración pública, a este proceso de cambio sobre qué es lo que debe hacer el Estado y cómo debe hacerlo se le denomina Reforma del Estado.

La gestión pública moderna reconoce al ciudadano como su fin y su razón de ser; no se sirve a sí misma, sino que está enfocada en conocer y atender de manera óptima las necesidades de los ciudadanos. Ello supone que las instituciones de la administración pública cuenten con funcionarios y servidores idóneos para el puesto, motivados para servir, y respetuosos de los principios éticos de la función pública; sin embargo, aún no se ha logrado un Estado que actúe de manera articulada y eficiente.

Durante las últimas décadas, la administración pública peruana ha realizado un esfuerzo sistemático por mejorar la calidad de servicio y la atención al usuario. En el año 1993 fue creada la defensoría del pueblo, como un organismo institucionalmente autónomo para defender los derechos fundamentales, supervisar el cumplimiento de los deberes de la administración estatal, así como la eficiente prestación de los servicios públicos en todo el territorio nacional.

Medir la calidad de un servicio no es una tarea simple. No obstante, es posible obtener información fiable y válida mediante los métodos y sistemas adecuados. Asimismo, el propósito de la medición de la satisfacción del ciudadano con los servicios públicos por parte de una institución pública, trata de investigaciones aplicadas, que busca, que la información obtenida le permita alcanzar una gestión pública de calidad.

El proceso de notificación del SAT es deficiente, muchos usuarios reclaman porque no se le ha notificado respecto a una papeleta impuesta o el retraso de su impuesto vehicular, perdiendo el descuento respectivo o por último el embargo de sus bienes o la captura del vehículo generando malestar a los usuarios. Todo ciudadano tiene derecho a recibir servicios de calidad al momento de realizar algún trámite o requerir algún servicio del estado.

En los últimos años el SAT ha perdido la confianza de los usuarios, por las diferentes noticias que están aconteciendo. En el 2014 se encontraron 14 casos de falsedad de papeletas, los implicados tenían autos particulares y no tenían conocimiento de dichas infracciones, el gerente del SAT indicó que sus digitadores solo ingresan al sistema la información que les envía la Policía de Tránsito. “Somos un ente recaudador, las papeletas no las imponemos nosotros. Cuando nos llegan las evidencias solo se descartan cuando la placa es ilegible o el vehículo detectado es de provincia”. El Comercio.

“Compró auto en remate del SAT, pero este tenía orden de captura”, El comercio. Este tipo de casos muestra la falta de conocimiento en los procesos administrativos por el SAT, los empleados ejercen sus funciones sin recibir previa capacitación

generando malestar en los usuarios. En la actualidad los ciudadanos tienen un mal concepto respecto a la gestión del SAT, consideran que el personal no muestra respeto ni amabilidad; según la defensoría del pueblo existe un gran porcentaje sobre reclamos de papeletas, en el 2016 el plan estratégico Institucional del SAT(PEI) muestra un nivel de satisfacción ciudadana de 69% y pretenden conseguir para fines del 2017 una satisfacción del 80%, sin embargo, la realidad sobre el nivel de satisfacción es otra. Cuando se les pregunta sobre la atención los usuarios manifiestan que; no le brindaron una información clara y completa, esto ocasiona en algunos usuarios pérdida de tiempo por no saber dónde acudir.

Tolerar una espera razonable al momento de ser atendido, es algo que muchos usuarios desean, el poco presupuesto o los procesos burocráticos para contratar personal hacen que el área encargada no se abastezca. El personal de la entidad pública debe desarrollar toda su capacidad y habilidades para que el ciudadano se sienta bien atendido.

## **1.2. TRABAJOS PREVIOS**

Las investigaciones que se consideraron para verificar los resultados de una tesis, son trascendentales en el marco de análisis, en relación a las variables, desde los hallazgos en relación al comportamiento de cada una de las dimensiones específicas se obtiene como resultado la base para nuevas estrategias dentro de las organizaciones en miras de mejorar, seguir, crecer y crear una cultura de mejora continua.

Toda investigación científica necesita comparación con otros, por ello los antecedentes constituyen una parte importante al representar conocimientos previos y compartir variables y objetivo de estudio, en ese sentido es que presento a:

Menegaldo (2011) en su Tesis “Calidad de servicio y satisfacción de los clientes del canal mayorista de las empresas de helados del municipio San Francisco”. Su objetivo general fue determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes del canal mayorista de las empresas de helados del

Municipio de San Francisco. Utilizó las teorías de Arellano (2000), Zeithaml y Bitner (2002) y también Druker (2002), Kotler (2007). Esta investigación fue de nivel descriptivo correlacional y se utilizó un censo poblacional de 58 personas. Se utilizó el programa estadístico SPSS en la cual arrojó una correlación de 0.902 y un sig (bilateral) de 0,01 lo que significa que ambas variables tienen una correlación significativa. A través de la información obtenida según Menegaldo nos mencionó que la calidad de servicio es adecuada, pero que se debe fortalecer algunas características estudiadas para lograr obtener una calidad de forma eficiente y eficaz.

Aporte: Conocer las dimensiones de la calidad de servicio es fundamental para determinar el comportamiento de los usuarios, si están satisfechos o insatisfecho, por ello enriquecer nuestro marco teórico a través de la información obtenida en esta investigación será de vital importancia.

Cruz, L. (2014). En su investigación titulado y desarrollado en el país de Brasil, *“Calidad de atención y percepción de la satisfacción de los usuarios asociados a la estrategia salud de la familia en el Municipio de Ibicuí, Bahía, Brasil, 2014”*. La investigación plantea como objetivo general, determinar la relación que existe entre la calidad de atención y el grado de percepción de la satisfacción que tiene los usuarios; utilizó las teorías de Calidad de Servicio de David Garvin y las bases teóricas de Zeitham. El diseño no experimental de nivel descriptivo transversal correlacional, la población es de 217 usuarios, el trabajo se concluye que existe una relación significativa entre la calidad de atención y la satisfacción del usuario según el coeficiente de correlación Tau\_b de Kendall, a un nivel de significativa de 0,01(bilateral) y un nivel de relación de 0,475.

Aporte: Los conocimientos que proporciona Cruz, permite afirmar que la variable calidad de servicio guarda relación con la variable satisfacción del usuario, en donde el objetivo es motivar a los trabajadores para que den un buen desempeño y lograr aumentar la satisfacción, por ello enriquecer nuestras teorías a través de la información obtenida en esta investigación será de vital importancia

Garcia, L. (2011). En su investigación titulado "*Calidad de servicio y satisfacción de los clientes del Banco Ripley S.A. – agencia mall aventura plaza, Trujillo, año 2011*" La investigación plantea como objetivo general, determinar cómo influyen los factores de calidad de servicios en el grado de satisfacción de los clientes del Banco Ripley S.A. Los teóricos tomados por el investigador fueron de Hernández Guzman, Zeithaml y las bases teóricas de Bitner. La investigación de diseño no experimental de nivel descriptiva, la población fue de 210 clientes, esta investigación tiene como conclusión que la calidad de servicio influye de manera significativa en la satisfacción de los clientes del Banco Ripley, agencia Mall Aventura Plaza – Trujillo año 2011 con un nivel de correlación de Método de Mínimos Cuadrados de 1.98.

Aporte: La información obtenida en esta investigación, permitió tener conceptos sobre nuestras variables estudiadas enriqueciendo nuestro marco teórico, además ayudo a mejorar el instrumento a utilizar.

Inca, M. (2015). En su investigación titulado "*Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Pacucha, Andahuaylas 2015*". La investigación plantea como objetivo general, determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Pacucha, 2015. Los teóricos tomados por el investigador fueron de Edward Deming y las teorías de Philip Crosby. El diseño de investigación, responde al diseño no experimental, de corte transaccional y de nivel descriptivo correlacional, la población ha sido los usuarios de la Municipalidad Distrital de Pacucha, durante el año 2015; las conclusiones de la investigación, existe relación significativa entre las competencias personales y la satisfacción de los usuarios del mismo modo, luego de someterse al coeficiente al Spearman arroja una correlación de 0.566, lo que significa que hay una correlación positiva moderada en la Municipalidad Distrital de Pacucha 2015, el valor "sig." es de 0.000.

Aporte: La investigación que se toma como referencia en cuanto a los antecedentes, se desarrolla dado que tiene una base teórica, y además por los resultados obtenidos nos permite realizar comparaciones objetivas en el proceso de discusión de nuestro trabajo de investigación.

Quispe, Y. (2015). En su investigación titulada, “*Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el servicio de traumatología del Hospital nacional Hugo Pesce Pecetto Andahuaylas - 2015.*”, La investigación plantea como objetivo general, determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario, utiliza las teóricas de Calidad de servicio de Sandoval y las teorías de Sanguesa, que habla de los tipos de servicios. El diseño de estudio no experimental de nivel descriptivo correlacional. Se trabajó con una muestra de 272 usuarios; se llega a la conclusión que, la calidad de servicio se relaciona directamente con la satisfacción del usuario. Del mismo modo el coeficiente de Spearman evidencia una correlación de 0,555 lo cual significa que existe una correlación positiva moderada entre ambas variables arrojando un valor “sig.” de 0.000.

Aporte: Quispe nos da unos conceptos nuevos en relación a las dimensiones de la primera variable, la información que nos brinda respecto al tiempo de espera es muy importante para poder obtener una aceptación por parte de los usuarios, la comunicación que se debe tener entre usuario y trabajador debe ser constante, la capacidad de respuesta que debe tener el personal mostrando amabilidad en la atención y, sobre todo, dar seguridad en la solución de su problema.

Bejarano, L. (2016). En su investigación titulada “*Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios del servicio de administración tributaria y fiscalización de la Municipalidad Distrital Santiago de Cao, año 2016.*” La investigación plantea como objetivos generales, determinar la relación entre la calidad de servicio y satisfacción de los usuarios. Utilizó las teorías de calidad de servicio de Parasuraman y las bases teóricas de Kotler. Esta investigación es de diseño no experimental de nivel descriptiva correlacional, la población está conformada por un grupo de 4,225 viviendas y la muestra a tomar para aplicar el cuestionario será de 339 viviendas y se aplicará a los usuarios de la localidad de Cartavio. Las conclusiones, tiene una correlación de Spearman directa positiva muy baja de 0,117 entre las variables Calidad de Servicio y Satisfacción de los usuarios con un Sig. (Bilateral) 0,31.

Aporte: Esta información contribuye al estudio de mis variables, construyendo el instrumento (cuestionario) a realizar, además muestra una vez más la relación que existe entre las variables, calidad de servicios y satisfacción de los usuarios, enriqueciendo nuestra investigación por las diferentes fuentes que podemos leer, técnicas de estudios, instrumentos entre otros. Técnicas administrativas y motivacionales que aplicadas por empleadores y empleados conlleven a una mejor atención a los usuarios que acuden a dicha Institución.

### **1.3. Teorías relacionadas al tema.**

En este punto se revisará temas y conceptos que tienden a explicar el problema planteado. Sobre las bases teóricas de la investigación Sabino (2002) expresa lo siguiente:

El marco teórico, también llamado marco referencial (y a veces, aunque con un sentido más restringido, denominado, así como marco conceptual) tiene precisamente este propósito: dar a la investigación un sistema coordinado y coherente de conceptos y proposiciones que permitan abordar el problema. Es decir, se trata de integrar al problema dentro de un ámbito donde éste cobre sentido, incorporando los conocimientos previos referentes al mismo y ordenándolos de modo tal que resulten útiles en nuestra tarea (p 52).

#### **Variable 1: Calidad de Servicio**

Grönroos (1984), "La calidad se refiere, no solo a productos o servicios terminados, sino también a la calidad de los procesos que se relacionan con dichos productos o servicios. La calidad pasa por todas las fases de la actividad de la empresa, es decir, por todos los procesos de desarrollo, diseño, producción, venta y mantenimiento de los productos o servicios"

Según el autor menciona las siguientes características respecto a la primera variable.

1. Debe cumplir sus objetivos.
2. Debe servir para lo que se diseñó.

3. Debe ser adecuado para el uso.
4. Debe solucionar las necesidades.
5. Debe proporcionar resultados.

#### Dimensiones de la Calidad de Servicio.

Calidad técnica: refleja lo que el cliente recibe como resultado de su interacción con la empresa de servicios.

Calidad funcional: determina la percepción del cliente de la interacción del servicio, es decir, el propio proceso de servicio.

Imagen: se constituye a partir de los componentes técnicos y funcionales y es la visión que se tiene de la empresa.

En relación por lo expuesto del autor Grönroos, La calidad de servicios se debe dar en todo el proceso que dura la atención, sin perder la calidad, asegurando la satisfacción del usuario; sin embargo, las dimensiones expuestas son muy genéricas para nuestra investigación, dentro de la institución estudiada, se necesita identificar los servicios que provocan la insatisfacción del usuario.

Brady y Cronin (2001), indican que:

La calidad de servicio es como un controvertido concepto en la literatura de marketing de servicios, y se identifica con un juicio personal y subjetivo que el consumidor emite sobre la excelencia o superioridad de un servicio o compañía. Es una forma de actitud formada a partir de evaluaciones cognitivas y afectivas del individuo en su relación con la organización (p 65-66).

#### Dimensiones de la Calidad de Servicio.

Calidad de Interacción: consiste en las actitudes de los empleados, el comportamiento entre empleado y cliente, y la formación de los profesionales que ofrecen el servicio.

Calidad de Entorno: se centra en el diseño de las instalaciones, las condiciones ambientales, y los factores sociales. Se refiere a los elementos físicos o tangibles de la organización y a si otros usuarios influyen en el buen desarrollo del servicio

Calidad de Resultado: se desarrolla en las sub dimensiones de tiempo de espera, elementos tangibles y utilidad. Esta dimensión se refiere a los beneficios para el

cliente o el resultado del servicio recibido, también es entendido como el producto final del servicio.

Esta teoría propone como modelo alternativo para evaluar la calidad del servicio basado exclusivamente en las percepciones de los usuarios sobre el desempeño del servicio, la medición de la calidad de servicio es compleja y solo medirla por percepciones no basta; sin embargo, esta teoría ya fue empleada en otras investigaciones en el sector privado. En este sentido, creemos que la adaptación y traducción del modelo de calidad de servicio del autor es una buena aportación al estudio de la calidad de servicios en instituciones privadas.

Parasuraman et al. (1993), “La amplitud de la discrepancia o diferencia que exista entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones” (p 64).

Dimensiones de la Calidad de Servicio.

Elementos tangibles.- Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de información.

Fiabilidad. - Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.

Capacidad de Respuesta. - Disposición de ayudar a los clientes y proveedores de un servicio rápido.

Profesionalidad. - Posesión de las destrezas requeridas y conocimiento de la ejecución de servicio.

Cortesía. - Atención, consideración, respeto y amabilidad del personal del contacto.

Credibilidad. - Veracidad, creencia, honestidad en el servicio que se provee.

Seguridad. - Inexistencia de peligros, riesgos y dudas.

Accesibilidad. - Accesible y fácil de contactar.

Comunicación. - Mantener a los clientes informados utilizando un lenguaje que puedan entender, así como escucharle.

También nos sustenta Parasuraman et al. (1993):

Cuando examinamos el contenido de los ítems finales que integraban los dos nuevos criterios (seguridad y empatía), encontramos que esos ítems también

representan las características clave de los siete criterios que habíamos considerado. En consecuencia, aunque SERVQUAL tiene sólo cinco criterios diferenciados, éstos incluyen todas las facetas de los diez criterios que originalmente habíamos conceptualizado. Los ítems resultantes de los criterios consolidados también plantean definiciones concisas de los mismos (p 29-30).

El modelo de la escuela americana de Parasuraman, Zeithaml y Berry se ha denominado SERVQUAL. Es sin lugar a dudas el planteamiento más utilizado por los académicos hasta el momento, dada la cantidad de artículos en el área que usan su escala. Dentro de las investigaciones encontramos muchos estudios relacionados al campo público que se asemeja a nuestra investigación, por lo mencionado el teórico de esta investigación será Parasuraman.

## **Variable 2: Satisfacción del Usuario.**

Johnson y Fornell (1991), "define la satisfacción del cliente como "el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas" (p 37).

Elementos que conforman la satisfacción del cliente:

El rendimiento percibido: Se refiere al desempeño (en cuanto a la entrega de valor) que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio. Dicho de otro modo, es el "resultado" que el cliente "percibe" que obtuvo en el producto o servicio que adquirió.

Las expectativas: Las expectativas son las "esperanzas" que los clientes tienen por conseguir algo. Las expectativas de los clientes se producen por el efecto de una o más de estas cuatro situaciones:

- Promesas que hace la misma empresa acerca de los beneficios que brinda el producto o servicio
- Experiencias de compras anteriores.
- Opiniones de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión

Los niveles de satisfacción: Luego de realizada la compra o adquisición de un producto o servicio, los clientes o usuarios experimentan uno de éstos tres niveles de satisfacción:

-Insatisfacción: Se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente o usuario.

-Satisfacción: Se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del cliente o usuario.

-Complacencia: Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente o usuario.

Según Caviedes (2008). Nos indica que las características de los servicios son:

Intangibilidad. Consiste en que estos no pueden verse, probarse sentirse, oírse ni olerse antes de la compra. Esta característica dificulta una serie de acciones que pudieran ser deseables de hacer, los servicios no se pueden inventariar ni patentar, ser explicados o representados fácilmente, o incluso medir su calidad antes de la prestación.

Heterogeneidad o variabilidad. Dos servicios similares nunca serán iguales. Las entregas de un mismo servicio son realizadas por personas a personas, en momentos y lugares distintos.

Inseparabilidad. En los servicios, la producción y el consumo son parcial o totalmente simultáneos. A estas funciones muchas veces se puede agregar la función de venta. Esta inseparabilidad también se da con la persona que presta el servicio.

Perecibilidad. Los servicios no se pueden almacenar, por la simultaneidad entre producción y consumo. La principal consecuencia de esto es que un servicio no prestado, no se puede realizar en otro momento, por ejemplo, un vuelo con un asiento vacío en un vuelo comercial.

Ausencia de propiedad. Los compradores de servicios adquieren un derecho a recibir una prestación, uso, acceso o arriendo de algo, pero no la propiedad del mismo. Luego de la prestación sólo existen como experiencias vividas.

Según Zeithaml y Berry (1993), “Sugirieron que la satisfacción del cliente es una función de la valoración de los clientes de la calidad del servicio, la calidad del producto y el precio” (p 31).

Dimensiones de Satisfacción al Usuario.

**Intangibilidad:** La mayoría de los servicios son intangibles. No son objetos, más bien son resultados. Esto significa que muchos servicios no pueden ser verificados por el usuario antes de su compra para asegurarse de su calidad, ni tampoco se pueden dar las especificaciones uniformes de calidad propias de los bienes. Por tanto, debido a su carácter intangible, una empresa de servicios suele tener dificultades para comprender cómo perciben sus clientes la calidad de los servicios que presta.

**Heterogeneidad:** Los servicios especialmente los de alto contenido de trabajo son heterogéneos en el sentido de que los resultados de su prestación pueden ser muy variables de productor a productor, de cliente a cliente, de día a día. Por tanto, es difícil asegurar una calidad uniforme, porque lo que la institución cree prestar puede ser muy diferente de lo que el cliente percibe.

**Inseparabilidad:** En muchos servicios, la producción y el consumo son indisolubles. En servicios intensivos en capital humano, a menudo tiene lugar una interacción entre el cliente y la persona de contacto de la empresa de servicios. Esto afecta considerablemente la calidad y su evaluación.

**Imperdurabilidad:** La mayoría de los servicios no se pueden almacenar. Si un servicio no se usa cuando está disponible, la capacidad del servicio se pierde.

La importancia de la satisfacción del usuario en el sector público reside en que el usuario satisfecho será un activo para la institución, dará buenas opiniones al respecto de la organización, lo que conllevará un incremento en el pago puntual de impuesto.

#### **1.4. Formulación del problema**

##### **Problema general**

¿Cómo se relaciona la calidad de servicios y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima-2017?

### **Problema específico**

¿Qué relación existe entre los elementos tangibles y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima-2017?

¿Qué relación existe entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima-2017?

¿Qué relación existe entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima-2017?

¿Qué relación existe entre la seguridad del personal y la satisfacción de los usuarios de la institución pública el SAT de Lima-2017?

¿Qué relación existe entre la empatía y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima-2017?.

### **1.5. Justificación del estudio**

#### **Justificación Teórica**

Esta investigación busca verificar si las teorías de calidad de servicios de Parasuraman et al. (1993) y satisfacción de los usuarios de Johnson y Fornell (1991) se cumplen en el Servicio de Administración Tributaria de Lima; además comprobar si realmente la calidad de servicios está relacionada con la satisfacción de los usuarios como afirman los teóricos.

#### **Justificación Metodológica**

El desarrollo de esta investigación generara conocimiento valido y confiable, además a través del uso de los enfoques, tipos, diseños, técnicas y análisis estadísticos se logre alcanzar la medición exacta de las variables y sus dimensiones específicas. Por ello se aplicó un estudio cualitativo y el uso de Rho Spearman para medir el nivel de correlación de las variables. Para la recolección

de datos se llevó a cabo la técnica de la encuesta y uso del instrumento el cuestionario en escala de Likert para poder analizar detalladamente los resultados.

### **Justificación practica**

Los resultados obtenidos por la investigación permitirán contar con datos reales y actualizados para probar las teorías y contrastarla con la realidad, así mismo permitirá, también identificar el problema de la institución, corregirlo o mejorarlo; estudiar los resultados para crear estrategias de mejora y lograr obtener como resultado la satisfacción de los usuarios.

### **Justificación Social**

Desde muchos años, la calidad de servicios públicos se ha convertido en un tema controversial; muchos ciudadanos no confían en la atención que brinda las instituciones públicas, con el simple hecho de escuchar público, para algunos ya es mala calidad, por ello, esta investigación busca, ejercer el derecho de todo ciudadano, tener servicios de calidad por parte del estado. Se creará estrategias de mejora en:

Tiempo de espera, evitar largas colas, mejorar la comunicación e identificar las necesidades de los usuarios y convertirlas en oportunidades para lograr cambiar la perspectiva hacia la institución.

## **1.6. Objetivos**

### **Objetivo General**

Determinar la relación que existe entre la calidad de servicios y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima – 2017.

### **Objetivos Específicos**

Determinar la relación entre los elementos tangibles de la institución y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima -2017.

Determinar la relación entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima -2017.

Determinar la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima -2017.

Determinar la relación entre la seguridad del personal y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima -2017

Determinar la relación entre la empatía y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima -2017

## **1.7. Hipótesis**

### **Hipótesis General**

Existe relación entre la calidad de servicios y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima-2017

### **Hipótesis Específicas**

Existe relación entre los elementos tangibles de la institución y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima-2017.

Existe relación entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima-2017.

Existe relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima-2017.

Existe relación entre la seguridad del personal y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima-2017.

Existe relación entre la empatía y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima-2017.

## **CAPITULO II: METODO**

Según (Sánchez, Metodología y Diseño en la Investigación Científica, 1998). “La investigación aplicada, se identifica por el interés en la aplicación de los conocimientos teóricos, esta investigación busca resolver problemas.”

Esta investigación es de tipo aplicada, dado que dentro de la institución en la que se realizó la investigación se identificó un problema el cual es la falta de calidad en los servicios, se conoce la teoría y se llevara a la práctica.

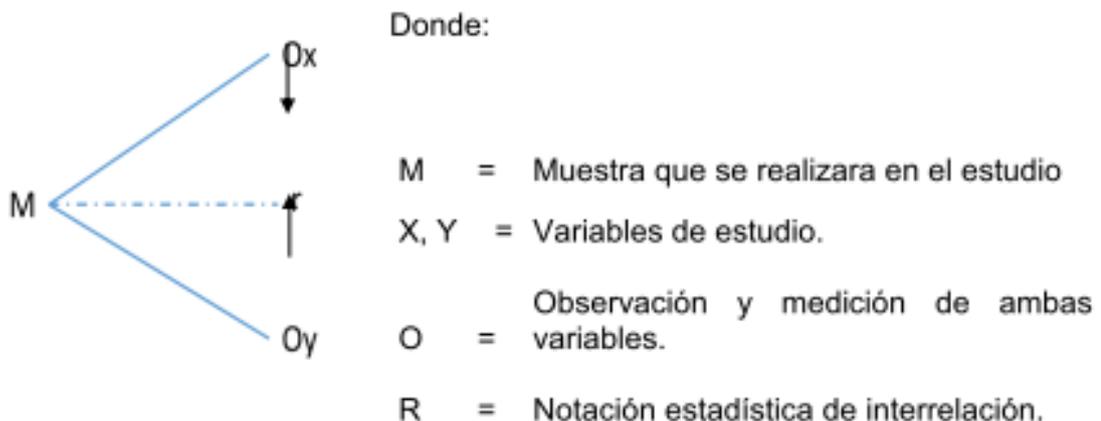
## 2.1 Diseño de Investigación.

El diseño de investigación, responde al diseño no experimental, de corte transversal; de tipo aplicada del nivel descriptivo correlacional.

Según (Hernández Sampieri, Metodología de la investigación, 2010). “La investigación no experimental es aquella que se efectúa sin manipular deliberadamente las variables. Lo que se hace es observar el fenómeno tal como se da en su contexto natural.” y corte transversal porque recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Tiene el propósito de describir variables y analizar interrelación en un momento dado.

Según (Sanches Carlessi, Metodología y Diseño en la Investigación Científica, 1998). “Es descriptivo-correlacional porque se orienta a la determinación del grado de relación existente entre dos o más variables de interés en una misma muestra de sujetos o el grado de relación existente entre dos fenómenos o eventos observados”.

**Un diagrama de este tipo de estudio sería el siguiente:**



## **2.2 Variable, operacionalización.**

### Variables

#### Variable 1: Calidad de Servicio

En la institución uno de sus objetivos es ofrecer una buena calidad de servicios. Esto es importante para contar con usuarios satisfechos y mejorar la reputación que tanto lo perjudica.

#### Variable 2: Satisfacción del Usuario

El problema es, la mayoría de los usuarios se encuentran inconforme con los servicios que brinda la institución, por ello hay una insatisfacción que está creciendo por problemas internos y externos de la institución.

### **Operacionalización de las variables**

OPERACIONALIZACION DE VARIABLES							
Variable 1	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítem	Escala de Medición	Baremos
C A L I D A D E S E R V I C I O	Parasuraman et al. (1993) señala que es "La amplitud de la discrepancia o diferencia que exista entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones"	Esta variable será medida a través de cinco dimensiones y sus indicadores correspondientes, que permitirá conocer el nivel de la calidad de servicio que ofrece la institución.	<b>Dimensión 1</b> <b>Elementos Tangibles</b> Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación	Instalaciones Físicas. Herramientas modernas. Materiales de Comunicación.	1-2 3 4	ORDINAL TIPO LIKERT: Siempre (5) Casi Siempre (4) A veces (3) Casi Nunca (2) Nunca (1)	ORDINAL TIPO LIKERT: Deficiente (1) Regular (2) Bueno (3)
			<b>Dimensión 2</b> <b>Fiabilidad</b> Habilidad para realizar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa	2.1 Atención en el tiempo prometido. 2.2 Brindar solución. 2.3 Personal sigue procedimiento.	5-6 7-8 9		
			<b>Dimensión 3</b> <b>Capacidad de Respuesta</b> Disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido	3.1 Disposición de ayudar. 3.2 Tiempo de atención.	10-12 13		
			<b>Dimensión 4</b> <b>Seguridad</b> Conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza	4.1 Conocimientos en el proceso. 4.2 Respeto y Amabilidad. 4.3 Confianza.	14-15 16 17		
			<b>Dimensión 5</b> <b>Empatía</b> Atención individualizada que ofrecen las empresas a sus consumidores	5.1 Fácil contacto 5.2 Lenguaje adecuado.	18-20 21-22		

Variable 2	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Item	Escala de Medición	Baremos
S A T I S F A C C I Ó N  D E L  S E R V I C I O	Johnson y Fornell (1991) menciona que “ La satisfacción del usuario está formada por la acumulación de la experiencia del cliente con un producto o servicio.”	Este variable será medida por ocho indicadores y tres dimensiones en la cual se podrá determinar si la institución brinda una adecuada o inadecuada satisfacción al usuario	<b>Dimensión 1 Confianza en el servicio</b> Es la seguridad o esperanza firme que el usuario tiene del servicio.	Valoración del servicio.  Expectativas.	1-4  5-9	<b>ORDINAL TIPO LIKERT:</b> Siempre (5) Casi Siempre (4) A veces (3) Casi Nunca (2) Nunca (1)	<b>ORDINAL TIPO LIKERT:</b> Deficiente (1) Regular (2) Bueno (3)
			<b>Dimensión 2 Trato Recibido</b> Es la acción y efecto de trato que recibe los usuarios o personas a solicitar el servicio.	2.1 Buen servicio.  2.2 Percepción.  2.3 Honestidad.	10-13  14-17  18-21		
			<b>Dimensión 3 Niveles de Satisfacción</b>	3.1 Insatisfacción.  3.2 Satisfacción.  3.2 Complacido.	22-24  25-28  29-30		

### 2.3 Población y Muestra.

Según (Fracica, 1988), "población es el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación". Se puede decir también, que es el conjunto de todas las unidades de muestreo"

Según (Jany, 1994), "Población es la totalidad de elementos o individuos que tienen algunas características similares y sobre las cuales se desea hacer una deducción".

En la presente investigación, la población son los usuarios del SAT Lima, durante el año 2017, considerando los siguientes criterios de inclusión y exclusión, por lo tanto, se considera una población infinita.

#### **Muestra:**

Para determinar el tamaño de la muestra se tuvo que utilizar la fórmula estadística considerando la población desconocida. La fórmula que se utilizó es la siguiente:

$$n = \frac{Z_a^2 \times p \times q}{d^2}$$

En donde

Z = nivel de confianza,

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada

Q = probabilidad de fracaso

D = precisión (error máximo admisible en términos de proporción)

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.08^2}$$

### **Criterios de inclusión**

- Usuarios del Cercado de Lima que solicitan: servicios de Impuesto Predial, Vehicular y Multas de tránsito graves y muy graves del año 2017 entre enero y junio

### **Criterios de exclusión**

- Se excluyen a las Personas Jurídicas y el servicio de multas de tránsito leve.

Para el presente trabajo de investigación se utilizó el muestreo no probabilístico intencional, considerando parámetros totales de 8% de error y un 95% de valor confianza, por lo tanto, la muestra obtenida a través de la fórmula es 150 usuarios. Según Sánchez Carlessi (1998) “no probabilístico porque no se conoce la probabilidad o posibilidad de cada uno de los elementos de la población de poder ser seleccionado en una muestra e intencional porque puede estar influenciada por las preferencias de la persona que lo obtiene” (p.117)

### **2.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos, validez y confiabilidad.**

La técnica de investigación es la encuesta y el instrumento es el cuestionario. Según Hernandez (2010) “Esta se define como una reunión para intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado).”(p.630)

#### **Validez.**

La validez según Hernández (2006), “es el grado en que un instrumento en verdad mide la variable que se busca medir” (p.201). En el presente trabajo de investigación se considera la validación de cinco docentes de la Universidad (tres temáticos y dos metodólogos) que evaluaron los cuestionarios en función de diez criterios:

#### **Expertos temáticos:**

Mg. Graus Cortes Lupe

Mg. Suasnabar Ugarte Federico

Mg. Romero Pacora Jesús

### Expertos metodólogos:

Mg. Mescua Figueroa Augusto

Dr. Salas Quintos Oscar

### Validez de la variable calidad de servicio

Tabla 1: Validación por juicio de expertos de calidad de servicio

Criterios	Experto 1	Experto 2	Experto 3	Experto 4	Experto 5	Total
Claridad	75%	76%	85%	75%	75%	386%
Objetividad	75%	76%	85%	75%	75%	386%
Pertinencia	75%	76%	85%	75%	75%	386%
Actualidad	75%	76%	85%	75%	75%	386%
Organización	75%	74%	85%	75%	75%	384%
Suficiencia	75%	74%	85%	75%	75%	384%
Intencionalidad	75%	76%	85%	75%	75%	386%
Consistencia	75%	76%	85%	75%	75%	386%
Coherencia	75%	76%	85%	75%	75%	386%
Metodología	75%	74%	85%	75%	75%	384%
<b>TOTAL</b>						<b>3854%</b>

Fuente: Elaboración propia

$$CV = \frac{\sum_{i=1}^c \sum_{j=1}^k X_{ij}}{c * k}$$

$$CV = \frac{3854}{10 * 5} = 77.1\%$$

El promedio de validación del cuestionario para la variable calidad de servicio es de 77.1%, este resultado nos expresa que este instrumento es válido.

## Validez de la variable satisfacción del usuario

### VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS SEGUNDA VARIABLE: SATISFACCIÓN DEL USUARIO

Tabla 2: *variable - satisfacción del usuario*

Criterios	Experto 1	Experto 2	Experto 3	Experto 4	Experto 5	Total
Claridad	78%	76%	85%	75%	75%	389%
Objetividad	78%	76%	85%	75%	75%	389%
Pertinencia	78%	74%	85%	75%	75%	387%
Actualidad	78%	76%	85%	75%	75%	389%
Organización	78%	76%	85%	75%	75%	389%
Suficiencia	78%	76%	85%	75%	75%	389%
Intencionalidad	78%	74%	85%	75%	75%	387%
Consistencia	78%	74%	85%	75%	75%	387%
Coherencia	78%	74%	85%	75%	75%	387%
Metodología	78%	74%	85%	75%	75%	387%
<b>TOTAL</b>						<b>3880%</b>

Fuente: Elaboración propia

$$CV = \frac{\sum_{i=1}^c \sum_{j=1}^k X_{ij}}{c * k}$$

$$CV = \frac{3880}{10 * 5} = 77.6\%$$

El promedio de validación del cuestionario para la variable satisfacción del usuario es de 77.1%, este resultado nos expresa que este instrumento es válido.

### **Confiabilidad.**

La confiabilidad de un instrumento de medición según (Hernández, 2006), nos indica que: “es el grado en que una aplicación repetida al mismo objeto o sujeto entrega resultados iguales, quiere decir que es el grado en el que un instrumento produce resultados consistentes y coherentes”. (p.200)

El análisis de confiabilidad de los cuestionarios de la presente investigación se efectúa en base de Alfa de Cronbach, que es procesado en una base de datos

del Software SPSS, para una muestra piloto de 15 encuestados, utilizando la fórmula siguiente:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

**Fiabilidad de la variable: calidad de servicio**

Se obtuvo un resultado de 0.966 de confiabilidad para Alfa de Cronbach para la variable calidad de servicio, este valor nos indica que el cuestionario es confiable para ser utilizado en la investigación.

Tabla 3: Alfa de Cronbach para calidad de servicio

Alfa de Cronbach	N de elementos
,966	22

**Fiabilidad de la variable: Satisfacción de los usuarios**

Se obtuvo un resultado de 0.822 de confiabilidad para Alfa de Cronbach para la variable calidad de servicio, este valor nos indica que el cuestionario es confiable para ser utilizado en la investigación

Tabla 4: Alfa de Cronbach Satisfacción de los usuarios

Alfa de Cronbach	N de elementos
,822	30

**2.5 Método de análisis de datos.**

Para el análisis de los resultados del presente trabajo de investigación se utilizó el programa SPSS v24, por cuanto ésta nos permite analizar y representar los datos por medio de tablas, gráficos y/o medidas de resumen.

Las gráficas se hicieron por cada una de las variables y dimensiones; para la correlación se consideró utilizar el coeficiente Rho Spearman de acuerdo a los objetivos planteados en este trabajo de investigación.

**Análisis descriptivo**, para realizar un estudio detallado para la investigación, es necesario realizar los siguientes procedimientos.

- Baremación considerando una escala de Likert con 3 categorías para calidad de servicio: Deficiente, Regular, Bueno; y para satisfacción de los usuarios: Deficiente, Regular, Bueno.
- Ingreso de datos en el programa SPSS.
- Procesamiento de los datos en SPSS, para calcular las tablas bivariadas o tablas cruzadas de la variable calidad de servicio y sus dimensiones (Elementos Tangibles, capacidad de respuesta, seguridad, confiabilidad y empatía); con la variable satisfacción del usuario.

**Análisis ligados a la hipótesis**, cada una de las hipótesis formuladas tiene que ser verificadas, a través de la prueba estadística de correlación Rho de Spearman entre la variable calidad de servicio y sus dimensiones (Elementos Tangibles, capacidad de respuesta, seguridad, confiabilidad y empatía); con la variable satisfacción del usuario.

## **2.6 Aspectos Éticos**

Las bibliografías utilizadas, las cuales fortalecieron y entregaron una gran consistencia a nuestra investigación, ya que nos permitió conocer la situación real de cada una de las variables en mención, respetando la parte de autoría de cada autor citado durante el desarrollo de esta investigación, así como también consideramos la correcta aplicación y pautas establecidas por la norma APA para las referencias y citas. Además, la prueba de similitud de Turnitin da fe de la autenticidad de nuestra investigación y pueda servir como base para otros estudios.

## **CAPITULO III: RESULTADOS**

## Análisis e interpretación de resultados

### Calidad de servicio y satisfacción del usuario

Haciendo el análisis descriptivo por cada variable: calidad de servicio y satisfacción del cliente, los resultados son los siguientes:

Calidad de servicio (V1)	Satisfacción del usuario (V2)		Total	Rho Spearman
	Deficiente	Regular		
Deficiente	10,0%	7,3%	17,3%	Rho = 0.332**
Regular	16,7%	58,0%	74,7%	
Bueno	2,0%	6,0%	8,0%	Sig. (bilateral) = 0.000
Total	28,7%	71,3%	100,0%	

Fuente: Base de datos de la Investigación

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

Si observamos en la Tabla N°6 las variables en forma independiente, se afirma que la calidad de servicio es regular en 74,7% y que la satisfacción del usuario es regular en 71.3%.

Sin embargo, el objetivo general de la investigación es determinar la relación que existe entre la calidad de servicios y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima – 2017, y a la luz de los resultados podemos señalar que cuando la calidad de servicio es regular, la satisfacción del usuario es regular en un 58.0%. En el otro extremo tenemos que cuando la calidad de servicio es deficiente, la satisfacción del usuario también es deficiente en un 10.0%, mostrando una relación lineal positiva entre las variables calidad de servicio y satisfacción del usuario.

Además, tenemos planteada como hipótesis general que si existe relación entre la calidad de servicios y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima-2017; hipótesis que es confirmada por la prueba estadística Rho de Spearman, que nos muestra un coeficiente de correlación de 0.332 con un nivel de significación bilateral de 0.000.

## Elementos Tangibles

Considerando la relación entre los elementos tangibles y satisfacción del usuario, se podría afirmar que los elementos tangibles son regular en un 63,3% y que la satisfacción de los usuarios es regular en un 71,3%.

Sin embargo, el primer objetivo específico de la investigación fue determinar la relación entre los elementos tangibles de la institución y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima -2017; y a la luz de los resultados podemos señalar que cuando los elementos tangibles son regulares, la satisfacción del usuario es regular en un 42.0%. En el otro extremo tenemos que cuando los elementos tangibles son deficientes, la satisfacción de los usuarios también es deficiente en un 4.0%.

Además, teníamos como hipótesis específica, que si existe relación entre los elementos tangibles y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima-2017; hipótesis que es confirmada por la prueba estadística Rho de Spearman, que nos muestra un coeficiente de correlación de 0.258 con un nivel de significación bilateral de 0.001, demostrando una relación lineal positiva entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario.

Estos resultados que los usuarios no están satisfechos con las instalaciones de la institución, además de la poca información que brinda los materiales de comunicación.

<b>Tabla 6: Elementos tangibles y satisfacción del usuario</b>				
<b>Elementos tangibles</b>	<b>Satisfacción del usuario (V2)</b>		<b>Total</b>	<b>Rho Spearman</b>
	<b>Deficiente</b>	<b>Regular</b>		
<b>Deficiente</b>	4,0%	6,7%	<b>10,7%</b>	<b>Rho = 0.258**</b> <b>Sig. (bilateral) = 0.001</b>
<b>Regular</b>	21,3%	42,0%	<b>63,3%</b>	
<b>Bueno</b>	3,3%	22,7%	<b>26,0%</b>	
<b>Total</b>	<b>28,7%</b>	<b>71,3%</b>	<b>100,0%</b>	

**Fuente:** Base de datos de la Investigación

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

## Fiabilidad

Considerando la relación entre la fiabilidad y satisfacción del usuario, se podría afirmar que la fiabilidad es regular en un 50,7% y que la satisfacción de los usuarios es regular en un 71,3%.

Sin embargo, el segundo objetivo específico de la investigación es determinar la relación entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima -2017, y a la luz de los resultados podemos señalar que cuando la fiabilidad es regular, la satisfacción del usuario es regular en un 45,3%. En el otro extremo tenemos que cuando la fiabilidad es deficiente, la satisfacción del usuario también es deficiente en un 21,3%.

Además, tenemos como hipótesis específica que si existe relación entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima-2017; hipótesis que es confirmada por la prueba estadística Rho de Spearman, que nos muestra un coeficiente de correlación de 0.276 con un nivel de significación bilateral de 0.001, es decir, si se confirma la hipótesis de que existe relación entre estas dos variables.

Estos resultados nos reflejan que la institución no cumple con la atención en el tiempo que se pacta, los usuarios perciben que no le están brindando una solución a sus reclamos, todo esto genera la insatisfacción por parte de los administrados.

<b>Tabla 7: Fiabilidad y satisfacción del usuario</b>				
<b>Fiabilidad</b>	<b>Satisfacción del usuario (V2)</b>		<b>Total</b>	<b>Rho Spearman</b>
	<b>Deficiente</b>	<b>Regular</b>		
<b>Deficiente</b>	21,3%	20,0%	<b>41,3%</b>	<b>Rho = 0.276**</b>
<b>Regular</b>	5,3%	45,3%	<b>50,7%</b>	
<b>Bueno</b>	2,0%	6,0%	<b>8,0%</b>	<b>Sig. (bilateral) = 0.001</b>
<b>Total</b>	<b>28,7%</b>	<b>71,3%</b>	<b>100,0%</b>	

**Fuente: Base de datos de la Investigación**

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

## Capacidad de respuesta

Considerando la relación entre la capacidad de respuesta y satisfacción de los usuarios, se podría afirmar que la capacidad de respuesta es deficiente en un 48,7% y que la satisfacción de los usuarios es deficiente en un 28,7%.

Sin embargo, el tercer objetivo específico de la investigación es determinar la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima -2017, y a la luz de los resultados podemos señalar que cuando la capacidad de respuesta es regular, la satisfacción del usuario es regular en un 39,3%. En el otro extremo tenemos que cuando la capacidad de respuesta es deficiente, la satisfacción del usuario también es deficiente en un 22,7%.

Los resultados nos muestran la poca disposición que tienen los empleados con los usuarios, no sienten las ganas de querer ayudar, y el tiempo que se toman para ser atendidos es muy larga, es importante mejorar es estos aspectos si se desea satisfacer a los administrados.

Además, tenemos como hipótesis específica que si existe relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima-2017; hipótesis que es confirmada por la prueba estadística Rho de Spearman, que nos muestra un coeficiente de correlación de 0.300 con un nivel de significación bilateral de 0.000, es decir, si se confirma la hipótesis de que existe relación entre estas dos variables.

<b>Tabla 8: Capacidad de respuesta y satisfacción del usuario</b>				
<b>Capacidad de respuesta</b>	<b>Satisfacción del usuario (V2)</b>		<b>Total</b>	<b>Rho Spearman</b>
	<b>Deficiente</b>	<b>Regular</b>		
<b>Deficiente</b>	22,7%	26,0%	<b>48,7%</b>	<b>Rho = 0.300**</b>
<b>Regular</b>	4,0%	39,3%	<b>43,3%</b>	
<b>Bueno</b>	2,0%	6,0%	<b>8,0%</b>	
<b>Total</b>	<b>28,7%</b>	<b>71,3%</b>	<b>100,0%</b>	<b>Sig. (bilateral) = 0.000</b>

**Fuente: Base de datos de la Investigación**

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

## Seguridad

Considerando la relación entre la seguridad y satisfacción de los usuarios, se podría afirmar que la seguridad es regular en un 70% y que la satisfacción de los usuarios es deficiente en un 71,3%.

Sin embargo, el cuarto objetivo específico de la investigación es determinar la relación entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima -2017, y a la luz de los resultados podemos señalar que cuando la seguridad es regular, cc, la satisfacción del usuario también es deficiente en un 7,3%.

Además, tenemos como hipótesis específica que si existe relación entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima-2017; hipótesis que es confirmada por la prueba estadística Rho de Spearman, que nos muestra un coeficiente de correlación de 0.162 con un nivel de significación bilateral de 0.0473, es decir, si se confirma la hipótesis de que existe relación entre estas dos variables.

El resultado nos indica que debemos poner más atención en la seguridad, esto implica todo empleado que ingrese a la institución debe pasar por un periodo de capacitación, esto reducirá los errores en los procesos de atención, además de tratar a los administrados con respeto y amabilidad y sobre todo generar confianza.

<b>Tabla 9: Seguridad y satisfacción del usuario</b>				
<b>Seguridad</b>	<b>Satisfacción del usuario (V2)</b>		<b>Total</b>	<b>Rho Spearman</b>
	<b>Deficiente</b>	<b>Regular</b>		
<b>Deficiente</b>	7,3%	6,7%	<b>14,0%</b>	<b>Rho = 0.162**</b> <b>Sig. (bilateral) = 0.0473</b>
<b>Regular</b>	17,3%	52,7%	<b>70,0%</b>	
<b>Bueno</b>	4,0%	12,0%	<b>16,0%</b>	
<b>Total</b>	<b>28,7%</b>	<b>71,3%</b>	<b>100,0%</b>	

**Fuente: Base de datos de la Investigación**

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

## Empatía

Considerando la relación entre la seguridad y satisfacción de los usuarios, se podría afirmar que la seguridad es regular en un 88% y que la satisfacción de los usuarios es deficiente en un 71,3%.

Sin embargo, el quinto objetivo específico de la investigación es determinar la relación entre la empatía y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima -2017, y a la luz de los resultados podemos señalar que cuando la empatía es regular, la satisfacción del usuario es regular en un 64,7%. En el otro extremo tenemos que cuando la empatía es deficiente, la satisfacción del usuario también es deficiente en un 3,3%.

Además, tenemos como hipótesis específica que si existe relación entre la empatía y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima-2017; hipótesis que es confirmada por la prueba estadística Rho de Spearman, que nos muestra un coeficiente de correlación de 0.324 con un nivel de significación bilateral de 0.000, es decir, si se confirma la hipótesis de que existe relación entre estas dos variables.

Esto refleja la poca predisposición de ayudar por parte de los jefes con los usuarios críticos, además el lenguaje usado por los empleados debe ser amigable para su fácil entendimiento.

<b>Tabla 10: Empatía y satisfacción del usuario</b>				
<b>Empatía</b>	<b>Satisfacción del usuario (V2)</b>		<b>Total</b>	<b>Rho Spearman</b>
	<b>Deficiente</b>	<b>Regular</b>		
<b>Deficiente</b>	3,3%	0,7%	<b>4,0%</b>	<b>Rho = 0.324**</b> <b>Sig. (bilateral) = 0.000</b>
<b>Regular</b>	23,3%	64,7%	<b>88,0%</b>	
<b>Bueno</b>	2,0%	6,0%	<b>8,0%</b>	
<b>Total</b>	<b>28,7%</b>	<b>71,3%</b>	<b>100,0%</b>	

**Fuente: Base de datos de la Investigación**

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

## **IV. DISCUSIÓN**

La investigación tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima- 2017. Del mismo modo se buscó determinar la relación entre cada una de las dimensiones de la variables calidad de servicio (elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía), con la variable satisfacción del cliente.

El Servicio de Administración Tributaria es una institución que tiene por finalidad organizar y ejecutar la administración, fiscalización y recaudación de todos los conceptos tributarios y no tributarios de la Municipalidad de Lima.

Los cuestionarios utilizados para la recolección de datos, han sido preparados para las características del SAT de Lima, los mismos que se validaron por cinco expertos de la UCV con una calificación del 77% y luego con los datos de una prueba piloto se calcula la confiabilidad, obteniendo un Alfa de Cronbach de 0.966 para el cuestionario calidad de servicio y 0.822 para el cuestionario satisfacción del usuario. La mayor limitante de la investigación era lograr convencer a los usuarios para el llenado del cuestionario.

Los resultados nos muestran que los usuarios del SAT califican la calidad de servicio como regular en un 74.7%, pero se tiene un grupo que lo califica como deficiente, situación que debe ser tomada en cuenta por los directivos de la institución. Por otro lado, se tiene que estos mismos usuarios indican que están regularmente satisfechos con la calidad del servicio del SAT en un 71.3%.

Pero si analizamos la relación que tienen las dos variables se observa que el mayor porcentaje de los datos se concentra en la diagonal principal de los resultados de la tabla cruzada, donde los usuarios que consideran que la calidad de servicio es regular, están regularmente satisfechos en un 58 % y los usuarios que consideran que la calidad de servicio es deficiente, también la satisfacción del usuario es deficiente en un 10%; mostrando que el mayor porcentaje de los usuarios están insatisfechos con la calidad del servicio.

La lectura de estos resultados nos permite afirmar que existe una relación lineal directa entre estas dos variables; resultado que es corroborado con la prueba estadística de correlación Rho de Spearman ( $Rho=0.332$ , Sig. (Bilateral) = 0.000;  $p \leq 0.05$ ), que nos permite afirmar de que existe una relación entre estas dos variables. Estos resultados son menores que los obtenidos por Inca (2015) ( $Rho=0.591$ , Sig. (Bilateral) = 0.000;  $p \leq 0.05$ ); que demuestra que existe relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la Municipalidad Distrital de Pacucha, Andahuaylas 2015 y bastante similar al obtenido por Quispe (2015) ( $Rho=0.555$ , Sig. (Bilateral) = 0.000;  $p \leq 0.05$ ); demostrando que existe relación entre calidad de servicio y satisfacción del usuario del servicio de traumatología del Hospital nacional Hugo Pesce Pecetto Andahuaylas - 2015. Estos resultados nos muestra que si existe relación entre calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en diferentes tipos de instituciones.

Analizando los resultados de las dimensiones de calidad de servicio en forma independiente se observa que la empatía es la que mejor calificación recibe con 88.2% de regular, seguido de la dimensión de seguridad con 70% de regular; en el otro extremo se encuentra los elementos tangibles que solo tiene un 63.3 de regular; la fiabilidad tiene 50.7% de regular y por último la capacidad de respuesta tiene 43.3% de regular, sin embargo casi todas las dimensiones están por debajo de la variable calidad de servicio que tiene un 74.7% de regular a excepción de los primeros. Por lo tanto los directivos de la institución el SAT deberán mejorar sus indicadores de capacidad de respuesta, sobre todo la falta de conocimiento por parte del personal de la institución, brindar el servicio en el menor tiempo posible, sin discriminación y por ultimo inspirar confianza a los usuarios en la atención.

Estos resultados de la tabla cruzada, son coincidentes con los obtenidos en la interrelación de las dos variables y la de las dimensiones de calidad de servicio con la variable satisfacción de los usuarios donde se tiene que cuando los usuarios consideran que la calidad de servicio es regular, entonces los usuarios están satisfechos en un 58%; la mayor interrelación corresponde a las dimensiones de seguridad y empatía con la satisfacción de los usuarios que cuando los administrados consideran que la seguridad es regular, entonces los usuarios están satisfechos regularmente en un 52.7%; y en el siguiente dimensión, la satisfacción

está en un 64.7% de regular . La dimensión capacidad de respuesta relacionada con satisfacción del usuario es la que tiene una menor correlación para cuando los usuarios consideran que la capacidad de respuesta es regular, entonces los usuarios están satisfechos en un 39.3% de regular.

Los resultados de la prueba estadística de correlación entre las dimensiones de calidad de servicio y satisfacción de los usuarios, nuevamente es coincidente con los obtenidos en las tablas cruzadas. Los Rho de Spearman mas altos corresponden a las dimensiones de empatía (Rho=0.324, Sig. (bilateral) = 0.000;  $p \leq 0.05$ ); capacidad de respuesta (Rho=0.300, Sig. (bilateral) = 0.000;  $p \leq 0.05$ ); y fiabilidad (Rho=0.276, Sig. (bilateral) = 0.000;  $p \leq 0.05$ ) y los más bajos son los que corresponden a elementos tangibles (Rho=0.2583, Sig. (bilateral) = 0.001;  $p \leq 0.05$ ) y seguridad (Rho=0.162, Sig. (bilateral) = 0.0473;  $p \leq 0.05$ ). En conclusión, podríamos afirmar que todas las dimensiones de calidad de servicio están correlacionadas en forma directa y significativa con la variable satisfacción del cliente, correspondiendo la correlación más baja a seguridad y la más alta a empatía, capacidad de respuesta y fiabilidad.

Ahora, si comparamos estos resultados de correlación con los obtenidos en los estudios previos tenemos que Quispe (2015) encuentra que los elementos tangibles también tienen correlación con la satisfacción del usuario (Rho=0.287, Sig. (bilateral) = 0.000;  $p \leq 0.05$ ); la fiabilidad también tiene correlación con la satisfacción del usuario (Rho=0.570, Sig. (bilateral) = 0.000;  $p \leq 0.05$ ); la seguridad también tienen correlación con la satisfacción del usuario (Rho=0.528, Sig. (bilateral) = 0.000;  $p \leq 0.05$ ); empatía también tienen correlación con la satisfacción del usuario (Rho=0.567, Sig. (bilateral) = 0.000;  $p \leq 0.05$ ). Inca (2015) determina que existe relación entre capacidad de respuesta y satisfacción del usuario (Rho=0.497, Sig. (bilateral) = 0.000;  $p \leq 0.05$ ) y finalmente Bejarano (2016) determina que existe relación entre la calidad de servicio y satisfacción del usuario con los siguientes usuarios (Rho=0.117, Sig. (bilateral) = 0.31). En conclusión, podríamos afirmar que se tiene la evidencia suficiente para indicar que existe correlación entre las dimensiones de calidad de servicio y satisfacción del cliente; por lo tanto, si se mejora la calidad del servicio podremos seguir mejorando la satisfacción de los usuarios. Debemos poner mayor atención en mejorar la seguridad y los elementos

tangibles de la institución para mejorar la satisfacción de los clientes, sin descuidar las demás dimensiones de la calidad del servicio.

## **V.CONCLUSIONES**

Luego de efectuado la investigación y de acuerdo con los datos obtenidos se concluye:

- Existe relación entre calidad de servicio y satisfacción de los usuarios del servicio de administración tributaria de Lima- 2017, sustentamos nuestra conclusión con el coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.332 y un Sig (bilateral) de 0.000; ya que a mayor calidad de servicio mayor será la satisfacción de los usuarios.
- Existe relación entre elementos tangibles y satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima- 2017, sustentamos nuestra conclusión con el coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.258 y un Sig (bilateral) de 0.001 .
- Existe relación entre La fiabilidad y la satisfacción de los usuarios del servicio de administración tributaria de Lima- 2017, sustentamos nuestra conclusión con el coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.276 y un Sig (bilateral) de 0.001.
- Existe relación entre capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios del servicio de administración tributaria de Lima- 2017, sustentamos nuestra conclusión con el coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.300 y un Sig (bilateral) de 0.000.
- Existe relación entre seguridad y la satisfacción de los usuarios del servicio de administración tributaria de Lima- 2017, sustentamos nuestra conclusión con el coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.162 y un Sig (bilateral) de 0.0473.
- Existe relación entre empatía y la satisfacción de los usuarios del servicio de administración tributaria de Lima- 2017, sustentamos nuestra conclusión con el coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.324 y un Sig (bilateral) de 0.000.

## **VI. RECOMENDACIONES**

Finalmente basándose en el tema de estudio se hace las recomendaciones propuestas a la institución, con el fin de buscar la eficiencia en la calidad de servicio:

- En cuanto a la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción de los usuarios, se encontró una relación muy baja por ello, se recomienda mejorar todos los materiales impresos permitiendo una comunicación clara y directa a sus usuarios, además mejorar los ambientes de atención al público como, tener una mejor señalización y limpieza en las instalaciones. Implementar nuevos equipos, tecnología moderna y masificar las consultas no presenciales (teléfono, redes sociales).
- Con respecto a la fiabilidad y satisfacción de los usuarios, también tienen una relación baja, por ello se debe hacer seguimiento a los tramites y reclamos de los usuarios cumpliendo con el plazo establecido, realizar capacitaciones sobre técnicas de atención y actualización de los procedimientos administrativos que deben seguir asegurando la calidad de servicio.
- Dado que la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción es baja se recomienda implementar el "Cliente incognito" para medir la capacidad de atención que tienen los trabajadores con los usuarios, si es posible crear un bono por atención, esto contribuirá con el compromiso dado asegurando la calidad de servicio, además crear tiempo de atención para cada servicio, así reducir largas colas y tiempo de espera.
- Por ser una de las calificaciones más bajas de la investigación en relación a la seguridad y la satisfacción de los usuarios se recomienda poner prioridad a los indicadores de esta dimensión; los funcionarios que ocupan el cargo necesariamente tienen que contar con la experiencia suficiente para el desempeño correcto de sus funciones, se debe dar una preparación adecuada antes de ejercer sus labores; esto permitirá

obtener funcionarios y servidores idóneos para el puesto, motivados para servir, y respetuosos de los principios éticos de la función pública.

- Con relación a la empatía y la satisfacción de los usuarios se encontró una relación baja; se recomienda a la institución brindar cursos de relacionados con la resolución de los problemas más comunes que los clientes reporten con la finalidad de que disminuyan las dificultades que aquejan a los usuarios y estos se sientan satisfechos con todos los servicios brindados. Los jefes deben tener disponibilidad para conversar con los clientes críticos ya que el nivel de solución es mayor.

## VIII. REFERENCIAS

Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. (3ra. ed). Colombia: Pearson.

Brady, M. y Cronin, J.J. (2001). *Some new thoughts on conceptualizing perceived services quality: a hierarchical approach*. Journal of Marketing.

Cornejo M. (2012). *Calidad de servicio y atención al usuario*. Recuperado de [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4\\_uibd.nsf/C2695F06B9B934E605257C380077B8A2/\\$FILE/corneral.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/C2695F06B9B934E605257C380077B8A2/$FILE/corneral.pdf)

Fernández, C., Hernandez, R. y Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.

Grönroos, C. (1994). *Marketing y gestión de servicios: la gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios*. Madrid: Editorial Díaz de Santos.

Inca, M. (2015). *Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la Municipalidad distrital de Pacucha, Andahuaylas 2015* (Tesis pregrado). Universidad Nacional José María Arguedas, Perú

Juan, T. y Julissa, P. (2014). *Pagar o no pagar es el dilema: las actitudes de los profesionales hacia el pago de impuestos en Lima Metropolitana*. (1ra ed). Lima: ESAN.

*La Satisfacción y la Calidad de Servicio en Organizaciones Públicas y Privadas de Lima Metropolitana*. (2013). Universidad Mayor de San Marcos, 16(1), 1-20.

Linares, C. (2014). *Prácticas de servicio al Cliente en Entidades del sector Público* (Tesis de Licenciatura). Universidad Militar Nueva Granada, Bogotá, Colombia

- Llovera, j. (2007). *Plan de calidad para la atención y el servicio al usuario de la Unidad de Patología Cervical del Hospital Universitario de coro Dr. Alfredo Van Grieken (Tesis de Licenciatura)*. Universidad católica Andrés de Bello. Venezuela.
- Parasuraman, A. y Zeithaml, L. (1988). *A conceptual model of servicequality and its implications for future research*. Journal of Marketing, 49(4), 41-50
- Parasuraman Z. y Berry L. (1993). *Calidad Total en la Gestión de Servicios. España: Díaz de Santo*.
- Ruiz, C. (2001). *Gestión de la calidad de servicio*. Recuperado el 01 de Junio de 2017, de <http://ciberconta.unizar.es/lección/calidadserv/100.HTM>
- Sánchez C. y Reyes C. (1998). *Metodología y diseño en la investigación científica*. Perú: Mantaro.
- SAT: *impusieron papeletas 'fantasmas' a combi que ya no circula*. (18 de enero de 2017). *El Comercio*. Recuperado de <http://elcomercio.pe/lima/sat-impusieron-papeletas-fantasmas-combi-circula-159776>
- Revistas Científicas de América Latina y el Caribe; Diciembre 2011; *Análisis estratégico de la evaluación de la calidad del servicio en el sector Público*. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/880/88024213003/>
- Velarde, M., Medina, G. (2016). *Calidad del servicio y la relación con la satisfacción de los clientes del centro de aplicación Productos Unión, del distrito de Lurigancho, durante el año 2016 (Tesis de Licenciatura)*. Lima, Perú.
- Hermoza, L. (2015). *Estudio de la calidad de servicio y nivel de Satisfacción del cliente de la empresa Gechisa de Sullana 2015 (Tesis de Licenciatura)*. Piura, Perú.

# ANEXOS



## INSTRUMENTO – CUESTIONARIO

### CALIDAD DE SERVICIO DE LOS USUARIOS DEL SERVICIO DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA DE LIMA – 2017.

Solicitamos su apoyo en la resolución de la siguiente encuesta, la cual intenta medir el grado de satisfacción que Ud. Percibe como usuario de la institución pública el SAT de Lima.

Por favor indique hasta que punto Ud. Está de acuerdo o desacuerdo con los siguientes enunciados sobre el servicio percibido.

Se medirá diferentes aspectos que debe de responder marcando con una “X” un numero entre el 1 al 5, siguiendo la mis escala del recuadro.

<b>1</b>	NUNCA
<b>2</b>	CASI NUNCA
<b>3</b>	A VECES
<b>4</b>	CASI SIEMPRE
<b>5</b>	SIEMPRE

N°	CALIDAD DE SERVICIO					
	<b>DIMENSIÓN 1. ELEMENTOS TANGIBLES</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
	<b>INSTALACIONES FÍSICAS</b>					
1	Las instalaciones físicas de la institución poseen un aspecto limpio y ordenado.					
2	Los empleados de la institución tienen apariencia pulcra.					
	<b>HERRAMIENTAS MODERNAS</b>					
3	La institución cuenta con equipo y tecnología moderna.					
	<b>MATERIALES DE COMUNICACIÓN</b>					
4	Los folletos, estado de cuenta, entre otros documentos del SAT tienen información adecuada y oportuna.					
	<b>DIMENSIÓN 2. FIABILIDAD</b>					
	<b>ATENCIÓN EN EL TIEMPO PROMETIDO</b>					
5	Su reclamo es atendido en el tiempo establecido.					
6	El funcionario le otorga el tiempo necesario para la atención.					
	<b>BRINDAR SOLUCIÓN</b>					
7	El área donde se atendió resolvió toda su consulta la primera vez.					
8	Considera que los empleados están demasiado ocupados para responder las preguntas que realiza.					
	<b>PERSONAL SIGUE PROCEDIMIENTO</b>					
9	El personal conoce procedimiento para escalar su consulta.					
	<b>DIMENSIÓN 3. CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>					
	<b>DISPOSICIÓN DE AYUDAR</b>					
10	Percibe que el personal tiene todas las ganas de solucionar su reclamo.					

11	Los empleados muestran buena disposición en atenderlo.					
12	El personal le informa adecuadamente de los servicios que ofrecen.					
	<b>TIEMPO DE ATENCIÓN.</b>					
13	Los empleados realizan los servicios rápidos y de calidad.					
	<b>DIMENSIÓN 4. SEGURIDAD</b>					
	<b>CONOCIMIENTOS EN EL PROCESO.</b>					
14	El personal de atención conoce sus funciones y los servicios ofrecidos.					
15	El personal que lo atendió muestra dominio en su puesto de trabajo.					
	<b>RESPECTO Y AMABILIDAD.</b>					
16	El personal de atención se muestra amables y cortés con los usuarios.					
	<b>CONFIANZA.</b>					
17	El personal de atención inspira confianza					
	<b>DIMENSIÓN 5. EMPATÍA</b>					
	<b>FÁCIL CONTACTO.</b>					
18	Ante un reclamo el jefe inmediato está presto a salir y dar solución.					
19	Las áreas están bien señalizadas.					
20	La institución tiene horarios de atención convenientes para todos los usuarios					
	<b>LENGUAJE ADECUADO.</b>					
21	Los empleados tienen un lenguaje adecuado con los usuarios.					
22	La información que brindan es fácil de entender.					



## INSTRUMENTO – CUESTIONARIO

### SATSIFACCION DEL USUARIO DE LOS USUARIOS DEL SERVICIO DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA DE LIMA – 2017.

Solicitamos su apoyo en la resolución de la siguiente encuesta, la cual intenta medir el grado de satisfacción que Ud. Percibe como usuario de la institución pública el SAT de Lima.

Por favor indique hasta que punto Ud. Está de acuerdo o desacuerdo con los siguientes enunciados sobre el servicio percibido.

Se medirá diferentes aspectos que debe de responder marcando con una “X” un numero entre el 1 al 5, siguiendo la mis escala del recuadro.

<b>1</b>	NUNCA
<b>2</b>	CASI NUNCA
<b>3</b>	A VECES
<b>4</b>	CASI SIEMPRE
<b>5</b>	SIEMPRE

N°	SATISFACCIÓN DEL USUARIO					
	DIMENSIÓN 1. CONFIANZA EN EL SERVICIO	1	2	3	4	5
	<b>VALORACIÓN DEL SERVICIO</b>					
1	Se resuelve o se prioriza la necesidad solicitada por usted.					
2	Se han solucionado satisfactoriamente tus demandas en ocasiones pasadas.					
3	Usted valora los servicios ofrecidos por el SAT.					
4	La información recibida es útil.					
	<b>EXPECTATIVAS</b>					
5	En el área de atención al usuario se da el servicio que usted espera.					
6	Las soluciones de sus quejas se dan en el tiempo que usted espera.					
7	Espera que el personal de atención atienda todas sus consultas.					
8	Cumple con sus expectativas los trámites que se realiza por internet.					
9	Cumple con sus expectativas la ayuda proporcionada por los funcionarios.					
	<b>DIMENSIÓN 2. TRATO RECIBIDO</b>					
	<b>BUEN SERVICIO</b>					
10	Considera que la institución brinda un buen servicio.					
11	Los empleados le hacen sentir cómodo (a) a la hora de ser atendido					
12	El ambiente de atención es limpio y ordenado.					
13	El personal de atención se toma el tiempo adecuado para atender sus requerimientos.					
	<b>PERCEPCIÓN</b>					
14	Percibe que no se brinda mejores soluciones a sus necesidades.					
15	Observa que el cobro de los impuestos y papeletas es justo.					
16	Percibe que el personal de esta unidad es claro en las explicaciones.					
17	Cree usted que la a opinión de otros usuarios sobre el servicio que se brinda es buena.					
	<b>HONESTIDAD</b>					

18	Considera que los empleados son honestos al momento de brindar información.					
19	Los empleados del SAT son honestos en conocer los intereses y necesidades de los usuarios.					
20	La Unidad recoge de forma honesta las quejas y sugerencias de los usuarios.					
21	Se realiza de manera honesta el cobro de los impuestos o papeletas de tránsito.					
	<b>DIMENSIÓN 3. NIVELES DE SATISFACCIÓN</b>					
	<b>INSATISFACCIÓN</b>					
22	Se encuentra insatisfecho con los servicios ofrecidos.					
23	Se encuentra insatisfecho con el personal de atención.					
24	Se encuentra insatisfecho con la infraestructura de la institución.					
	<b>SATISFACCIÓN</b>					
25	Se encuentra satisfecho con el tiempo de atención.					
26	Se encuentra satisfecho con el proceso de atención.					
27	Se encuentra satisfecho con la información brindada por el personal.					
28	Se encuentra satisfecho con el proceso de notificaciones.					
	<b>COMPLACIDO</b>					
29	Se encuentra complacido con el tiempo de atención.					
30	Se encuentra complacido con el proceso de atención.					

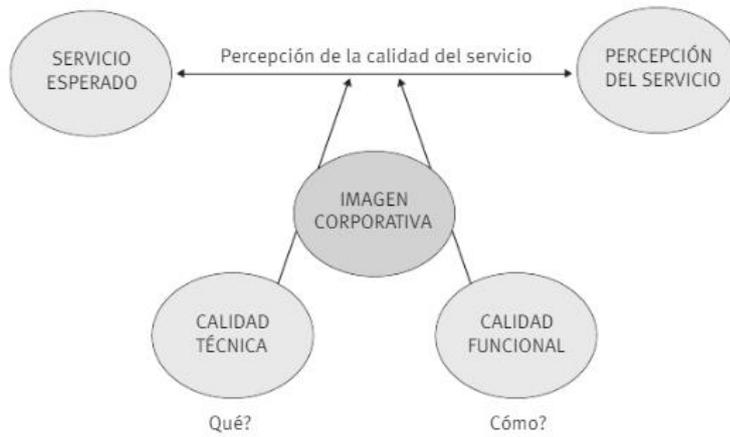
## ANEXO N°2 TABLA DE ESPECIFICACIONES

### Para la variable Calidad de Servicios

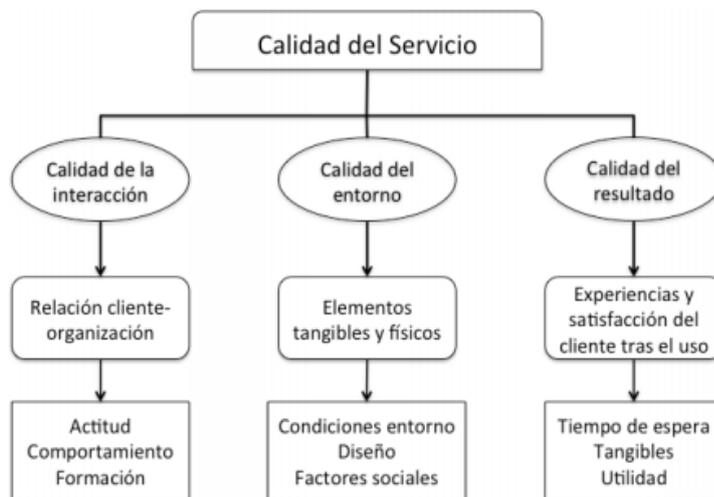
VARIABLE	DIMENSIONES	PESO	ITEMS	INDICADORES	PREGUNTAS
<b>CALIDAD DE SERVICIO</b>	Elementos Tangibles	20	4	Instalaciones Físicas	Las instalaciones físicas de la institución poseen un aspecto limpio y ordenado.
					Los empleados de la institución tienen apariencia pulcra.
				Herramientas modernas.	Los equipos instalados tienen la apariencia de ser modernos.
		Materiales de Comunicación			Los folletos, estado de cuenta, entre otros documentos del SAT tienen información adecuada y oportuna.
	Fiabilidad	20%	5	Atención en el tiempo prometido	Su reclamo es atendido en el tiempo establecido.
					El funcionario le otorga el tiempo necesario para la atención
				Brindar solución	El área donde se atendió resolvió toda su consulta la primera vez.
					Considera que el personal que lo atendió le inspira confianza y muestra buena disposición para atender.
		Personal sigue procedimiento			El personal conoce procedimiento para escalar su consulta.
	Capacidad de Respuesta	20%	4	Disposición de ayudar	Percibe que el personal tiene todas las ganas de solucionar su reclamo.
					Los empleados muestran disposición de ayudarlo.
					El personal le informa adecuadamente de los servicios que ofrecen.
		Tiempo de atención			Los empleados realizan la atención rápida y de calidad.
	Seguridad	20%	4	Conocimientos en el proceso	El personal de atención conoce sus funciones y los servicios ofrecidos
					El personal que lo atendió muestra dominio en su puesto de trabajo.
				Respeto y Amabilidad	El personal de atención se muestra amables y cortés con los usuarios.
		Confianza			El personal de atención inspira confianza
	Empatía	20%	5	Fácil contacto	Ante un reclamo el jefe inmediato está presto a salir y dar solución.
					Las áreas de atención están bien señalizadas.
					La institución tiene horarios de atención convenientes para todos los usuarios
Lenguaje adecuado				Los empleados tienen un lenguaje adecuado con los usuarios.	
				La información que brindan es fácil de entender.	
TOTAL		100%	22		

**Para la variable Satisfacción del Usuario**

VARIABLE	DIMENSIONES	PESO	ITEMS	INDICADORES	PREGUNTAS
SATISFACCIÓN DEL USUARIO	Confianza en el servicio	30%	9	Valoración del servicio	Se resuelve o se prioriza la necesidad solicitada por usted.
					Se han solucionado satisfactoriamente tus demandas en ocasiones pasadas
					Usted valora los servicios ofrecidos por el SAT.
					La información recibida es útil
				Expectativas	En el área de atención al usuario se da el servicio que usted espera.
					Las soluciones de sus quejas se dan en el tiempo que usted espera.
					Espera que el personal de atención atienda todas sus consultas.
					Cumple con sus expectativas los trámites que se realiza por internet.
					Cumple con sus expectativas la ayuda proporcionada por los funcionarios.
	Trato Recibido	40%	12	Buen servicio	Considera que la institución brinda un buen servicio.
					Los empleados le hacen sentir cómodo (a) a la hora de ser atendido
					El ambiente de atención es limpio y ordenado.
					El personal de atención se toma el tiempo adecuado para atender sus requerimientos.
				Percepción	Percibe que no se brinda mejores soluciones a sus necesidades.
					Percibe que el cobro de los impuestos y papeletas es justo.
					El personal de esta unidad es claro en las explicaciones.
				Honestidad	Percibe que el personal es claro en las explicaciones
					Considera que los empleados son honestos al momento de brindar información.
					Los empleados del SAT son honestos en conocer los intereses y necesidades de los usuarios.
					La Unidad recoge de forma honesta las quejas y sugerencias de los usuarios.
					Se realiza de manera honesta el cobro de los impuestos o papeletas de tránsito.
Niveles de Satisfacción	30%	9	Insatisfacción	Se encuentra insatisfecho con los servicios ofrecidos.	
				Se encuentra insatisfecho con el personal de atención.	
				Se encuentra insatisfecho con la infraestructura de la institución.	
			Satisfacción	Se encuentra satisfecho con el tiempo de atención.	
				Se encuentra satisfecho con la información brindada por el personal.	
				Se encuentra satisfecho con el proceso de atención.	
			Complacido	Se encuentra satisfecho con el proceso de notificaciones.	
				Se encuentra complacido con el tiempo de atención.	
				Se encuentra complacido con el proceso de atención	
TOTAL		100%	30		



**FIGURA 1.** Modelo nórdico de calidad del servicio



**Figura. 2** Modelo tridimensional de Brady y Cronin

Las dimensiones de SERVQUAL

Los diez criterios iniciales en la evaluación de la calidad del servicio

	Elementos tangibles	Fiabilidad	Capacidad de respuesta	Seguridad	Empatía
Elementos tangibles					
Fiabilidad					
Capacidad de respuesta					
Profesionalidad					
Cortesía					
Credibilidad					
Seguridad					
Accesibilidad					
Comunicación					
Comprensión del usuario					

Figura. 3 Dimensiones de SERVQUAL

## ANEXO I. MATRIZ DE CONSISTENCIA

TESIS: “CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DEL SERVICIO DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA DE LIMA-2017 ”

AUTOR : HUANCA SIFUENTES, JOSE

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLE E INDICADORES		ITEMS
			PRIMERA VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO		
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	DIMENSIONES	INDICADORES	
¿Cómo se relaciona la calidad de servicios y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima-2017?	Determinar la relación que existe entre la calidad de servicios y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima – 2017.	Existe relación entre la calidad de servicios y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima-2017	Elementos Tangibles	Instalaciones Físicas	1,2
				Herramientas modernas.	3
				Materiales de Comunicación	4
			Fiabilidad	Atención en el tiempo prometido	5,6
				Brindar solución	7,8
				Personal sigue procedimiento	9
			Capacidad de Respuesta	Disposición de ayudar	10,11,12
				Tiempo de atención	13
			Seguridad	Conocimientos en el proceso	14,15
				Respeto y Amabilidad	16
Confianza	17				
Empatía	Fácil contacto	18,19,20			
	Lenguaje adecuado	21,22			
PROBLEMAS ESPECIFICOS	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPOTESIS ESPECIFICAS	SEGUNDA VARIABLE SATISFACCIÓN DEL USUARIO		ITEMS
¿Qué relación existe entre los elementos tangibles y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima-2017?	Determinar la relación entre los elementos tangibles de la institución y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima-2017.	Existe relación entre los elementos tangibles de la institución y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima-2017.	DIMENSIONES	INDICADORES	
			Confianza en el servicio	Valoración del servicio	1,2,3,4
¿Qué relación existe entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima-2017?	Determinar la relación entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima-2017.	Existe relación entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima-2017.	Trato Recibido	Expectativas	5,6,7,8,9
				Buen servicio	10,11,12,13
				Percepción	14,15,16,17
			Niveles de Satisfacción	Honestidad	18,19,20,21
				Insatisfacción	22,23,24
¿Qué relación existe entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima-2017?	Determinar la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima-2017.	Existe relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima-2017.		Satisfacción	25,26,27,28
				Complacido	29,30
¿Qué relación existe entre la seguridad del personal y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima-2017?	Determinar la relación entre la seguridad del personal y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima-2017	Existe relación entre la seguridad del personal y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima-2017.			
¿Qué relación existe entre la empatía y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima-2017?	Determinar la relación entre la empatía y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima-2017	Existe relación entre la empatía y la satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima-2017.			



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DEL  
SERVICIO DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA DE LIMA-2017

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN

AUTOR:  
JOSÉ ALFREDO HUANCA SIFUENTES

ASESOR:  
M Sc. FLABIO ROMEO PACA PANTIGOSO

Resumen de coincidencias

20 %

1	<a href="http://www.slideshare.net">www.slideshare.net</a> Fuente de Internet	2 %
2	<a href="http://www.scribd.com">www.scribd.com</a> Fuente de Internet	2 %
3	<a href="http://theibfr.com">theibfr.com</a> Fuente de Internet	1 %
4	<a href="http://prezi.com">prezi.com</a> Fuente de Internet	1 %
5	Entregado a 88061 Trabajo del estudiante	1 %
6	<a href="http://tesis.ucsm.edu.pe">tesis.ucsm.edu.pe</a> Fuente de Internet	1 %
7	<a href="http://studylib.es">studylib.es</a> Fuente de Internet	1 %
8	<a href="http://www.cejamericas.org">www.cejamericas.org</a> Fuente de Internet	1 %



**UCV**  
UNIVERSIDAD  
CÉSAR VALLEJO

**ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD  
DE TESIS**

Código : F06-PP-PR-02.02  
Versión : 07  
Fecha : 31-03-2017  
Página : 1 de 1

Yo, *F. Romeo Poca Pantigoso*

.....  
..... docente de la Facultad Ciencias Empresariales y Escuela Profesional Administración de la Universidad César Vallejo **Lima Este - SJI**, revisor (a) de la tesis titulada

**"Calidad de Servicio y Satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración Tributaria de Lima - 2017"**, del estudiante **Jose Alfredo Huanca Sifuentes**, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 20% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

*Lima 02 de diciembre 2017*  
Lugar y fecha.....

Firma

Nombres y apellidos del (de la) docente

DNI: *01212856*

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------



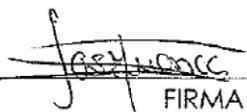
**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE  
TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL  
UCV**

Código : F08-PP-PR-02.02  
Versión : 07  
Fecha : 31-03-2017  
Página : 1 de 1

Yo **Jose Alfredo Huanca Sifuentes**, identificado con DNI N° **44430134**, egresado de la Escuela Profesional de Administración, de la Universidad César Vallejo, autorizo ( X ) , No autorizo ( ) la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "**Calidad de Servicio y Satisfacción de los usuarios del Servicio de Administración de Lima - 2017**"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

  
FIRMA

DNI: 44430134

FECHA: 09 de diciembre del 2017

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------



# UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

## AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

MARCO ANTONIO CANDIA MENA

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

HUANCA SIFUENTES JOSE ALFREDO

INFORME TITULADO:

CALIDAD DE SERVICIO y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS  
DEL SERVICIO DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA DE LIMA 2017

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

SUSTENTADO EN FECHA: 09/12/2017

NOTA O MENCIÓN: 15

FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN

