

UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN - TACNA

Facultad de Ciencias Jurídicas y Empresariales

Escuela Profesional de Ciencias Administrativas

**“LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS
CONTRIBUYENTES DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL
CORONEL GREGORIO ALBARRACÍN LANCHIPA,
REGIÓN TACNA, AÑO 2017”**

TESIS

Presentada por:

Bach. JUDITH EVELYN CANAHUIRI QUISPE

Para optar el Título Profesional de:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

TACNA - PERÚ

2019

UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN - TACNA

**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**“LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS
CONTRIBUYENTES DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL
CORONEL GREGORIO ALBARRACÍN LANCHIPA,
REGIÓN TACNA, AÑO 2017”**

TESIS SUSTENTADA Y APROBADA EL 01 DE JULIO DE 2019, SIENDO EL JURADO
CALIFICADOR:

PRESIDENTE

:



Dr. OSCAR ALFREDO BEGAZO PORTUGAL

SECRETARIO


:



Mgr. DAVID FRANKLIN CAJAHUANCA GIRALDEZ

VOCAL

:



Dr. BARTOLOMÉ JORGE ANYOSA GUTIÉRREZ

DEDICATORIA

Se la dedico al forjador de mi camino a Dios, él que me acompaña y me da las fuerzas ante la adversidad, quien me pone pruebas en el camino pero no me deja sola, quien me dio la fuerza para concretar mis metas trazadas, él siempre está y estará presente en mi vida. Gracias Padre Celestial.

A mis padres, por haberme forjado como la persona que soy hoy en día, por su esfuerzo en concederme la oportunidad de estudiar y por su constante apoyo a lo largo de mi vida, mis logros se los debo a ellos, porque ellos han dado razón a mi vida, por sus consejos, su apoyo incondicional y su paciencia, me formaron con principios y valores, siendo estos los cimientos para la construcción de mi vida profesional.

A mis profesores, parientes y amigos: por sus consejos, paciencia y toda la ayuda, quienes sin esperar nada a cambio compartieron su conocimiento, alegrías y tristezas, a todas aquellas personas que estuvieron a mi lado apoyándome y lograron que este sueño se haga realidad.

Gracias infinitas a cada uno de ustedes.

ÍNDICE

RESUMEN	9
ABSTRACT	10
INTRODUCCIÓN	11
CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
1.1. Identificación del problema	13
1.2. Formulación del problema	15
1.3. Justificación e importancia	16
1.4. Objetivos de investigación	17
1.5. Hipótesis	18
1.6. Variables	20
1.7. Limitaciones del estudio	23
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	24
2.1. Información de la Municipalidad Coronel Gregorio Albarracín L.	24
2.2. Antecedentes de investigación	31
2.3. Bases teóricas	40
2.3.1. Modelos teóricos que explican la calidad de servicio	40
2.3.2. Modelos teóricos que explican la satisfacción de los contribuyentes	56
2.4. Definición de términos	70
CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO	74
3.1. Caracterización o tipo de diseño	74
3.2. Diseño de investigación	74
3.3. Población y muestra de estudio	75
3.4. Técnicas e instrumentos de investigación	78
3.5. Tratamiento de los datos	78
CAPÍTULO IV. RESULTADOS	79
4.1. Confiabilidad de los instrumentos	79
4.2. Análisis de fiabilidad de la variable calidad del servicio	80
4.3. Análisis de fiabilidad de la variable satisfacción de los contribuyentes	80
4.4. Análisis de cruzado de las variables de estudio	84
4.5. Análisis de las dimensiones elementos tangibles	85
4.6. Análisis de dimensión de fiabilidad	87

4.7. Análisis de dimensión de capacidad de respuesta	89
4.8. Análisis de dimensión de seguridad	91
4.9. Análisis de dimensión de empatía	93
4.10. Resultados de la variable de calidad del servicio	95
4.11. Análisis de las dimensiones de la variable satisfacción de los contribuyentes	97
4.12. Resultados de la variable de satisfacción de los contribuyentes	107
4.13. Análisis cruzado de las variables calidad del servicio y satisfacción de los contribuyentes	109
4.14. Prueba de hipótesis	109
CAPÍTULO V DISCUSIÓN	121
CONCLUSIONES	127
RECOMENDACIONES	129
REFERENCIAS BIBLOGRÁFICAS	133
ANEXOS	139

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Dimensiones e indicadores de la variable calidad de servicio	20
Tabla 2. Dimensiones e indicadores de la variable satisfacción de los contribuyentes	21
Tabla 3. Operacionalización de las variables	22
Tabla 4. Atributos que componen los criterios SERVQUAL	48
Tabla 5. Escala Alpha de Cronbach	79
Tabla 6. Alpha de Cronbach calidad de servicio	80
Tabla 7. Alpha de Cronbach satisfaccion de los contribuyentes	81
Tabla 8. Prueba de normalidad de calidad de servicio	82
Tabla 9. Prueba de normalidad satisfaccion de los contribuyentes	83
Tabla 10. Análisis cruzado de las variables de estudio	84
Tabla 11. Dimensión elementos tangibles	85
Tabla 12. Escala de valoración de la dimensión	85
Tabla 13. Dimension de fiabilidad	87
Tabla 14. Escala de valoración de la dimensión	87
Tabla 15. Dimension capacidad de respuesta	89
Tabla 16. Escala de valoración de la dimensión	89
Tabla 17. Dimensión seguridad	91
Tabla 18. Escala de valoración de la dimensión	91
Tabla 19. Dimension de empatía	93
Tabla 20. Escala de valoración de la dimensión	93
Tabla 21. Variable calidad de servicio	95
Tabla 22. Escala de valoración de la dimensión	95
Tabla 23. Dimensión calidad funcional percibida	97
Tabla 24. Escala de valoración de la dimensión	97
Tabla 25. Dimensión calidad técnica	99
Tabla 26. Escala de valoración de la dimensión	99
Tabla 27. Dimensión valor percibido	101
Tabla 28. Escala de valoración de la dimensión	101

Tabla 29. Dimensión confianza	103
Tabla 30. Escala de valoración de la dimensión	103
Tabla 31. Dimensión expectativas	105
Tabla 32. Escala de valoración de la dimensión	105
Tabla 33. Frecuencia de la variable satisfacción de los contribuyente	107
Tabla 34. Escala de valoración de la variable	107
Tabla 35. Tabla cruzada	109
Tabla 36. Rho de Spearman para dimensión empatía	110
Tabla 37. Rho de Spearman para dimensión fiabilidad	112
Tabla 38. Rho de Spearman para dimensión elementos tangibles	114
Tabla 39. Rho de Spearman para dimensión capacidad de respuesta	116
Tabla 40. Rho Spearman dimensión seguridad	118
Tabla 41. Correlación Tau-b-Kendall	119
Tabla 42. Valoración de los expertos variable calidad	144
Tabla 43. Calificación del instrumento calidad del servicio	145
Tabla 44. Valoración de experto variable satisfacción	145
Tabla 45. Calificación del instrumento satisfacción de los contribuyentes	146

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 01. Instrumento SERVQUAL	46
Figura 02. Relación de criterios originales y dimensiones definitivas del modelo SERVQUAL	47
Figura 03. La satisfacción del cliente	66
Figura 04. Percepciones de la calidad y satisfacción del cliente	67
Figura 05. Dimensión elementos tangibles	86
Figura 06. Niveles de dimensión fiabilidad	88
Figura 07. Niveles de capacidad de respuesta	90
Figura 08. Niveles de seguridad	92
Figura 09. Niveles de empatía	94
Figura 10. Calidad del servicio	96
Figura 11. Niveles de calidad funcional	98
Figura 12. Niveles de calidad técnica	100
Figura 13. Niveles de valor percibido	102
Figura 14. Niveles de dimensión confianza	104
Figura 15. Niveles de dimensión expectativas	106
Figura 16. Satisfacción de los contribuyentes	108

RESUMEN

El propósito fundamental de la presente investigación ha sido determinar si existe relación entre la Calidad del Servicio y la Satisfacción de los Contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017. El tipo de estudio es básico, su diseño no experimental y su nivel es Correlacional. Fue necesario encuestar a 377 contribuyentes y pedirle su percepción por medio de cuestionarios; para luego procesar datos y probar las hipótesis, con el apoyo de la Estadística Descriptiva e Inferencial, con el software SPSS-24 y Ms-Excel.

Los resultados demuestran que tanto la Variable Calidad del Servicio como la de Satisfacción de los Contribuyentes son de nivel regular con un 79,1 % y 79,9 % respectivamente. Del análisis de la Variable Calidad del Servicio, por dimensiones son: regular nivel de empatía con el 81,0 %; regulares elementos tangibles, con el 49,5 %; regular capacidad de respuesta, con el 77,5 %; regular nivel de seguridad, con el 79,9 %. Para la variable calidad del servicio se encontraron los siguientes resultados: regular calidad del servicio con el 79,1 %, buena calidad del servicio, con el 15,9 %. Asimismo, existe relación significativa de las dimensiones de la variable calidad del servicio como ser: empatía, fiabilidad, elementos tangibles, capacidad de respuesta y seguridad con la variable satisfacción de los contribuyentes.

Finalmente, se ha comprobado que con un Rho de Spearman del 0,405 a un nivel del 95 % y un sig. de 0,000: Existe relación significativa entre la Calidad del Servicio y la Satisfacción del Contribuyente de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017.

PALABRAS CLAVE: Calidad del Servicio, Satisfacción, Contribuyentes, Cultura de Servicio, Cobranzas, Tributos.

ABSTRACT

The fundamental purpose of the present investigation has been to determine if there is a relationship between the Quality of Service and the Satisfaction of Taxpayers of the District Municipality Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna Region, year 2017. The type of study is basic, its design is not experimental and its level is Correlational. It was necessary to survey 377 taxpayers and ask for their perception through questionnaires; to then process data and test the hypothesis, with the support of the Descriptive and Inferential Statistics, with the software SPSS-24 and Ms-Excel.

The results show that both the Quality Variable Service and the Satisfaction of Taxpayers are of a regular level with 79.1 % and 79.9 % respectively. From the analysis of the Service Quality Variable, by dimensions, they are: regular level of empathy with 81.0 %, regular tangible elements, with 49.5 %; regular response capacity, with 77.5 %; regular level of security, with 79.9 %. For the service quality variable with, the following results were found: regular quality of service with 79.1 %, good quality of service, with 15.9 %. there is also a significant relationship of the dimensions of the quality of service variable how to be: empathy, reliability, tangible elements, responsiveness and security with the variable satisfaction of the taxpayer.

Finally, it has been verified that with a Rho de Spearman of 0,405 at a level of 95 % and a sig. of 0,000: "There is a significant relationship between the Quality of Service and the Satisfaction of the Taxpayer of the District Municipality Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna Region, year 2017"

KEY WORDS: Quality of Service, Satisfaction, Taxpayers, Culture of Service, Collections, Taxes.

INTRODUCCIÓN

La cultura de servicio en los organismos de la Administración Pública, en general, es una necesidad, particularmente en el caso de los Servicios de Administración Tributarias (SAT), comprendiendo a las municipalidades, las cuales deben cumplir la labor de exigir el pago de tributos, lo que supone una labor difícil debido a la poca aceptación por parte de las personas que asumen la condición de contribuyentes. Algunos ejemplos de la cultura de servicio implementadas son las plataformas de servicio vía presencial, telefónica y/o por Web, la distribución gratuita de formularios para uso de los contribuyentes y/o administrados, la implementación de software para el manejo de los expedientes y atención de los usuarios.

Se requieren fortalecer la capacidad fiscal municipal con nuevas formas de afrontar situaciones buscando mejorar la institución con nuevas estructuras organizacionales y mentalidades gerenciales que rompan con las antiguas formas de hacer las cosas para dar respuesta a los nuevos retos que requieren de soluciones más creativas e innovadoras.

En el ejercicio 1834, el Congreso de la República promulgó la primera ley orgánica de municipalidades, en ella se estableció un marco normativo general para la actuación de las municipalidades en el Perú, como un cuerpo encargado de la administración de los intereses locales. Luego la propia constitución y posteriores leyes orgánicas dieron a las municipalidades promotoras del desarrollo local, que institucionalicen y gestionen con autonomía el interés propio de la colectividad además de las de promoción adecuada, prestación de los servicios público locales y el desarrollo integral, sostenido y armónico.

Es más, por mandato legal son rentas municipales, los tributos creados por ley a su favor; las contribuciones, tasas, arbitrios, licencias, multas y derechos creados por su consejo municipal, los que constituyen sus ingresos propios, los recursos asignados del Fondo de Compensación Municipal; las asignaciones y transferencias presupuestales del gobierno nacional; los recursos asignados por concepto de canon y renta de aduana.

El presente estudio se titula: "LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CONTRIBUYENTES DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL CORONEL GREGORIO ALBARRACÍN LANCHIPA, REGIÓN TACNA, AÑO 2017", es una investigación de tipo básico, de diseño no experimental y de nivel correlacional.

Asimismo, es necesario mencionar que el presente trabajo de investigación está estructurado en cinco capítulos: El primero referido al problema de investigación. El segundo capítulo, al fundamenta el Marco Teórico, el tercero se refiere al Marco Metodológico, seguidamente el capítulo cuarto, muestra los resultados y el capítulo quinto referido a las conclusiones y recomendaciones.

Finalmente, se consideran las referencias bibliográficas, la matriz de consistencia, la calificación de los jueces y los instrumentos.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

1.1. Identificación del problema

El 01 de agosto de 1834, el Congreso de la República promulgó la primer ley orgánica de municipalidades, en ella se estableció un marco normativo general para la actuación de las municipalidades en el Perú, como un cuerpo encargado de la administración de los intereses locales. Luego la propia constitución y posteriores leyes orgánicas dieron a las municipalidades promotoras del desarrollo local, que institucionalizan y gestionan con autonomía el interés propio de la colectividad además de las de promoción adecuada, prestación de los servicios público locales y el desarrollo integral, sostenido y armónico.

Otro aspecto importante que se le asigna a la Ley Orgánica de Municipalidades se refiere a la promoción del desarrollo económico, con incidencia en la micro y pequeña empresa, a través del manejo de planes de desarrollo económico local, aprobados en armonía con las políticas y planes nacionales y regionales de desarrollo, así como el desarrollo social, el desarrollo de capacidades y la equidad en sus respectivas circunscripciones.

En la actualidad, (Torres, 2015, pág. 45) la mayoría de municipalidades cuentan con un deficiente sistema de administración tributaria tanto en fiscalización, recaudación y control de cumplimiento de deuda, con lo cual debilita la captación de recursos propios. Los limitantes en los sistemas operativos del área de cobranza son: 70 % de las municipalidades de la muestra indicaron como principal limitante la falta de capacitación, un 52 % la necesidad de equipos de cómputo para el mejor manejo de las operaciones y un 48 % la poca capacidad de recursos humanos idóneos para cumplir con eficiencia los servicios asignados.

Según la (Ley, 2003, pág. 20), art 69, son rentas municipales, los tributos creados por ley a su favor; las contribuciones, tasas, arbitrios, licencias, multas y derechos creados por su consejo municipal, los que constituyen sus ingresos propios, los recursos asignados del Fondo de Compensación Municipal; las asignaciones y transferencias presupuestales del gobierno nacional; los recursos asignados por concepto de canon y renta de aduana, conforme a Ley; las asignaciones y transferencias específicas establecidas en la Ley Anual de Presupuesto, los demás que determine la ley. Sin embargo, la captación de recursos no será posible si no hay de por medio una calidad en el servicio y una satisfacción en los contribuyentes.

En pleno siglo XXI la calidad del servicio es un mandato imperativo para todo tipo de empresas de bienes o servicios por ello que se ha asumido a la calidad como una filosofía de gestión, de allí que la variación anual de contribuyentes es indicio necesario para investigar sus causas.

Por consiguiente, siendo los tributos una de las fuentes de ingreso para las municipalidades para atender la demanda social, es necesario investigar la calidad del servicio y la satisfacción de los contribuyentes en la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, de manera que se pueda poner resultados que ameriten adoptar las acciones inmediatas.

1.2. Formulación del problema

Por todo lo expresado en la descripción del problema, cabe hacerse las siguientes interrogantes:

1.2.1. Problema general

¿De qué manera la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017?

1.2.2. Problemas específicos

- a) ¿Cómo se relaciona la calidad del servicio en su dimensión empatía con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017?
- b) ¿Cómo se relaciona la calidad del servicio en su dimensión fiabilidad con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017?
- c) ¿Cómo se relaciona la calidad del servicio en su dimensión elementos tangibles con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017?
- d) ¿Cómo se relaciona la calidad del servicio en su dimensión capacidad de respuesta con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017?

- e) ¿Cómo se relaciona la calidad del servicio en su dimensión seguridad con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017?

1.3. Justificación e importancia

1.3.1. Justificación

La presente investigación desde el aspecto teórico, tiene su justificación toda vez que los aportes que genere al conocimiento esten enmarcados en lo relacionado a la calidad del servicio y la satisfacción o insatisfacción de los contribuyentes.

En cuanto a la relevancia práctica, el estudio permitiría establecer un enfoque socio crítico sobre cuál es la naturaleza de sus ingresos de los cuales la municipalidad dispone para la ejecución de sus obras y de otra parte medir directamente la satisfacción de los obligados.

Desde la relevancia académica, los resultados de la investigación permitirá revalidar teorías y además cumplir con la obligación académica de quienes quieren acceder a un título profesional bajo la modalidad de tesis.

1.3.2. Importancia

El presente estudio de investigación es importante en la medida que va a permitir explorar y describir las variables de estudio, ya sea el nivel de calidad del servicio como la satisfacción de los contribuyentes,

de haber relación se tendría que determinar su medida, toda vez que lo que haga o se deje de hacer tendría o no repercusión en dicha institución.

A la vez es importante investigar y determinar porque es un tema vigente en la mayoría de las municipalidades toda vez que abarcan poblaciones de menores recursos y que viven mayormente de la informalidad; sin embargo, las municipalidades tienen que cumplir con su misión y ven imposibilitada su accionar, dado a que está atado mayormente a su disponibilidad de recursos.

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo general

Determinar de qué manera la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017.

1.4.2. Objetivos específicos

- a) Determinar la relación entre la calidad del servicio en su dimensión empatía con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017.
- b) Encontrar cómo se relaciona la calidad del servicio en su dimensión fiabilidad con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017.

- c) Determinar cómo se relaciona la calidad del servicio en su dimensión elementos tangibles con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017.
- d) Determinar cómo se relaciona la calidad del servicio en su dimensión capacidad de respuesta con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017.
- e) Identificar cómo se relaciona la calidad del servicio en su dimensión seguridad con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017.

1.5. Hipótesis

1.5.1. Hipótesis general

H₀: La calidad del servicio no se relaciona con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, Año 2017.

H₁: La calidad del servicio se relaciona con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, Año 2017.

1.5.2. Hipótesis específicas

- a) H₀: No existe relación entre la calidad del servicio en su dimensión empatía con la satisfacción de los contribuyentes de la

Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017.

H₁: Existe relación entre la calidad del servicio en su dimensión empatía con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017.

b) H₀: No existe relación entre la calidad del servicio en su dimensión fiabilidad con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017.

H₁: Existe relación entre la calidad del servicio en su dimensión Fiabilidad con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017.

c) H₀: No existe relación entre la calidad del servicio en su dimensión elementos tangibles con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017.

H₁: Existe relación entre la calidad del servicio en su dimensión elementos tangibles con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017.

d) H₀: No existe relación entre la calidad de servicio en su dimensión capacidad de respuesta con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017.

H₁: Existe relación entre la calidad de servicio en su dimensión capacidad de respuesta con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017.

e) H₀: No existe relación entre la calidad de servicio en su dimensión seguridad con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017.

H₁: Existe relación entre la calidad de servicio en su dimensión seguridad con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017.

1.6. Variables

1.6.1. Identificación de variables

- Variable 1: “Calidad del Servicio”
- Variable 2: “Satisfacción de los Contribuyentes”

1.6.2. Caracterización de las variables:

a) Variable 1: “Calidad del Servicio”

Tabla 1. Dimensiones e indicadores de la variable: calidad del Servicio

DIMENSIONES	INDICADORES
Empatía	▪ Fácil acceso, buena comunicación y comprensión del contribuyente.

Fiabilidad	▪ Cumplimiento de los beneficios ofertados
Elementos Tangibles	▪ Apariencia de los elementos físicos
Capacidad de respuesta	▪ Capacidad de respuesta
Seguridad	▪ Pericia, cortesía, credibilidad y seguridad.

Fuente: Encuesta aplicada a los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa., Región Tacna, 2017.
Elaboración: Propia

b) Variable 2: “Satisfacción de los contribuyentes”

Tabla 2. Dimensiones e indicadores de la variable: satisfacción de los contribuyentes

DIMENSIONES	INDICADORES
Calidad funcional percibida	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Quejas. ▪ Servicio. ▪ Intereses y necesidades. ▪ Transacciones. ▪ Satisfacción.
Calidad técnica percibida	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Servicio ofrecido ▪ Calidad de los servicios ▪ Expectativas
Valor percibido	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Confianza. ▪ Ventajas. ▪ Calidad. ▪ Problemas. ▪ Fidelización.
Confianza	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Inconvenientes de los servicios. ▪ Recomendaría esta Municipalidad a otras personas. ▪ Innovación en los servicios. ▪ Servicios prestados. ▪ Necesidades de sus contribuyentes.
Expectativas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Necesidades como contribuyente. ▪ Explicaciones o informaciones. ▪ Conocimientos acerca de los servicios prestados.

Fuente: Encuesta aplicada a los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa., Región Tacna, 2017.
Elaboración: Propia

1.6.3. Operacionalización de las variables

Tabla 3. Operacionalización de variables

VARIABLE	DEF. CONCEPTUAL	DEF. OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	VARIABLE
Calidad del Servicio	La calidad de servicio supone al ajuste de estas prestaciones a las necesidades, expectativas y deseos del cliente. De este modo, puede distinguirse entre la calidad del producto referida al principio y la calidad de servicio referida a las prestaciones accesorias y a la atención hacia los clientes por parte de la empresa. (Pérez V. , 2006)	Es brindar un servicio excepcional, satisfaciendo las necesidades del cliente y superando sus expectativas, logrando con ello la permanencia de clientes existentes y acaparando nuevos; al tiempo que da un equilibrio entre la calidad interna y externa, alcanzando así altos niveles de calidad.	Empatía	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fácil acceso, buena comunicación y comprensión del contribuyentes. 	Ordinal
			Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cumplimiento de los beneficios ofertados. 	Ordinal
			Elementos Tangibles	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Apariencia de los elementos físicos. 	Ordinal
			Capacidad de respuesta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacidad de respuesta. 	Ordinal
			Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pericia, cortesía, credibilidad y seguridad. 	Ordinal
VARIABLE	DEF CONCEPTUAL	DEF. OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	VARIABLE
Satisfacción de los contribuyentes	La satisfacción es como un juicio a raíz de una experiencia de consumo, que es el juicio del consumidor que un producto, siempre o está proporcionando un nivel de placer de cumplimiento relacionados con el consumo. (Oliver, 2009)	Se refiere cuando el ser humano encuentra la satisfacción de un servicio o producto, quedando complacido a cabalidad al momento de recibirlo.	Calidad Funcional percibida	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Quejas. ▪ Servicio. ▪ Intereses y necesidades. ▪ Transacciones. ▪ Satisfacción. 	Ordinal
			Calidad técnica percibida	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Servicio ofrecido. ▪ Calidad de los servicios. ▪ Expectativas. 	Ordinal
			Valor percibido	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Confianza. ▪ Ventajas. ▪ Calidad. ▪ Problemas. ▪ Fidelización. 	Ordinal
			Confianza	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Inconvenientes de los servicios. ▪ Recomendaría esta municipalidad a otras personas. ▪ Innovación en los servicios. ▪ Servicios prestados. ▪ Necesidades de sus contribuyentes. 	Ordinal
			Expectativas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Necesidades como contribuyentes. ▪ Explicaciones o informaciones. ▪ Conocimientos acerca de los servicios prestados. 	Ordinal

Fuente: Encuesta aplicada a los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa., Región Tacna, 2017.

Elaboración: Propia

1.7. Limitaciones del estudio

Las limitaciones de investigación estuvieron enmarcadas en el acceso a los contribuyentes para recabar su percepción sobre la calidad y satisfacción que le origina el pago de tributos, tampoco fue lo más fluido en recoger dicha información.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Información de la Municipalidad Coronel Gregorio Albarracín L.

2.1.1. Breve reseña histórica

En los albores de la década del 90 aumentaron las peticiones de las organizaciones poblacionales de solicitar la Distritalización de Nueva Tacna, por más de 17 años de constantes reclamos y planteamientos. Finalmente, el 02 de febrero de 2001, el gobierno aprobó la Ley N° 27415 creando políticamente el Distrito número 26 de Tacna: Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa.

Su superficie de 175,6 kilómetros cuadrados representa aproximadamente el 1,2 % de la extensión departamental y se ubica en los 800 metros sobre el nivel del mar. Limita por el norte con el Distrito de Tacna, por el este con el Distrito de Pocollay, por el suroeste con Tacna. Está escrito en la historia que durante el Cautiverio de Tacna dos de sus hijos tacneños los hermanos Ticona Aguilar, Juan y

Cristóbal; el primero de ellos, contrajo nupcias con doña Hilda Vásquez, él tenía 33 años y ella 15 años, engendraron diez hijos. Una de ellas, Hilda, se yergue como matriarca de este largo linaje familiar con más de treinta nietos y bisnietos. Vivieron en un fundo de lo que hoy es el Distrito Cnel. Gregorio Albarracín Lanchipa siendo su antigua jurisdicción comenzando en el cuartel Tarapacá colindando adicionalmente por el este con el ferrocarril hacia Arica, por el norte con el Canal Uchusuma y por el sur con la Asociación Guillermo Auza Arce.

La primera organización vecinal denominada Cooperativa 3 de Diciembre comprada por la familia Ticona le siguieron la Asociación de Vivienda Primero de Mayo, Pérez Gamboa y nacieron otros programas habitacionales como Enace. Hoy suman más de 70 las zonas entre juntas vecinales y asociaciones de vivienda sin contar las 80 asociaciones de vivienda del programa municipal pampas de viñani que está aún en manos de la Municipalidad de Tacna. El Conjunto de asociaciones de vivienda pasó a denominarse Nueva Tacna, posteriormente en la década del 90, las organizaciones de base y representativas exigieron la distritalización. Fue así, que mediante Ley de Demarcación Territorial de la Provincia de Tacna y de Creación del Distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa Ley No. 27415 aprobado el 25 de enero del año 2001 y publicada en el Diario Oficial El Peruano el 3 de febrero del mismo año, se creó este joven distrito.

La denominación de cono sur parte precisamente de la constante migración del centro hacia lo que es Gregorio Albarracín no obstante la carencia de servicios más apremiantes donde sus primeros colonos apostaron por mejores posibilidades de desarrollo.

2.1.2. Ubicación geográfica

El Distrito de Gregorio Albarracín se encuentra ubicado en la provincia de Tacna, a una altitud de 560 m.s.n.m. y situada en las coordenadas 70°14'15" de longitud Oeste del meridiano de Greenwich, y a los 17° 59' 50" de latitud Sur.

2.1.3. Ubicación Política

El Distrito de Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, se encuentra ubicado en la Provincia de Tacna, creada mediante Ley N° 27415 del 03 de febrero de 2001. La extensión del distrito es de 187,74 km² el mismo que representa el 1,2 % de la extensión departamental y el 2,4 % de la extensión de la Provincia de Tacna.

Políticamente se ubica en el sur del país,
frontera con la República de Chile:

País : Perú.

Departamento : Tacna.

Provincia : Tacna.

Distrito : Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa.



2.1.4. Visión y misión de la Municipalidad Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa.

➤ Visión

La Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa (MDCGAL) como organismo local promotor del desarrollo de su ámbito tiene como visión el desarrollo integral sostenible, todo ello a través de un modelo urbanístico, productivo, turístico y económico planificado con instituciones competitivas y una población capacitada, educada e identificada con su distrito.

➤ Misión

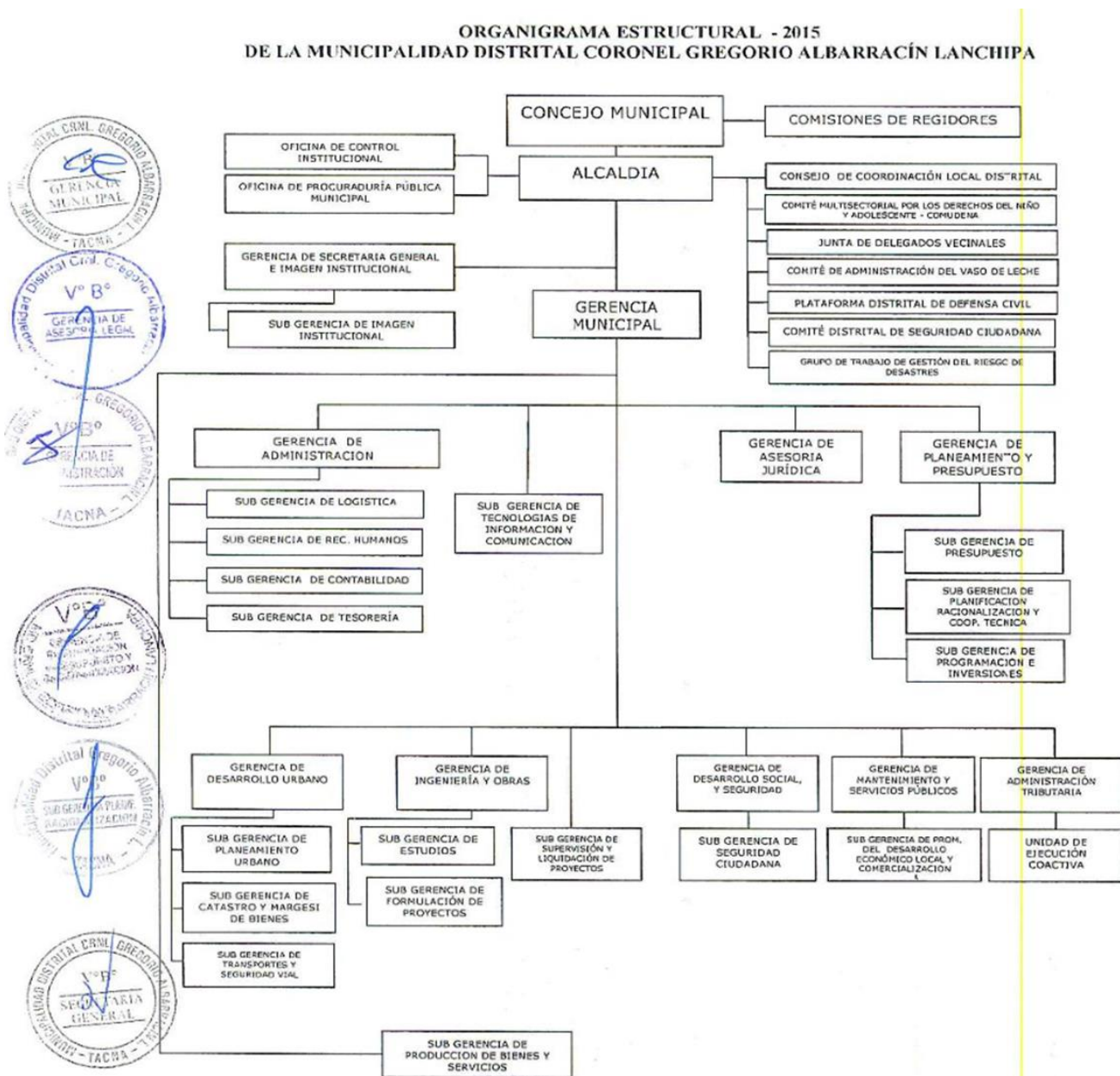
Nuestra misión como institución edil es promover e impulsar el desarrollo socio económico y bienestar de la población albarracina, con la presentación de servicios administrativos, impulsando proyectos de infraestructura básica y de apoyo a la producción de autoconsumo; mejorando la calidad de vida de la población y promoviendo la participación de la inversión privada

Los esfuerzos del MDCGAL se orientan prioritariamente a los ámbitos de extrema pobreza, organizaciones de base y Juntas Vecinales, favoreciendo a los grupos más vulnerables de la población, para crear y garantizar el acceso al empleo productivo que posibilite mejorar sus niveles y calidad de vida.

En el corto y mediano plazo, la MDCGAL debe constituirse en un municipio piloto y modelo, pionero acorde con la modernización de la administración pública y descentralizada y desconcentración

del país; nuevo distrito de frontera, con ganas de desarrollar los servicios básicos y oportunidades; eje distrital con fines de desarrollo.

2.1.5. Organigrama de la MDCGAL



2.1.6. Estructura Organica del Consejo Municipal de la MDCGAL

CONCEJO MUNICIPAL 2015-2018



**Abog. Mario Ruiz
Rubio
Alcalde**



**Ing. Juan Alberto
Seminario Machuca
Regidor**



**William Velásquez
Chipana
Regidor**



**Florentina Andrea
Catacora Mamani
Regidora**



**Rusia Edith Aguilar Chura
Regidora**



**Juan Fermín Pacompia
Flores
Regidor**



**Dino Florentino Concha
Gómez
Regidor**



**Luis Abanto Morales
Camargo
Regidor**



**Aurelio Antonio Hernández
Mendis
Regidor**



**Alvaro Quenaya Mamani
Regidor**



**Hilario Atencio Maquera
Regidor**



**Rosario Bustinza Saira
Regidora**

2.1.7. Órgano/Unidad Orgánica de estudio

- Gerencia : Gerencia de Administración Tributaria.
Es el órgano de línea encargado de administrar las actividades relacionadas con el registro y mantenimiento de la información tributaria, ejecución coactiva de las obligaciones tributarias, la gestión de recaudación, fiscalización tributaria, el registro y orientación al contribuyente, dirigidas a impulsar el cumplimiento de las obligaciones de tipo tributario (impuesto, arbitrios, sanciones tributarias y administrativas).
- Unidad Orgánica : Equipo Funcional de Control, Fiscalización y Tributación.
El Equipo Funcional de Control, Fiscalización y Tributación, es el órgano de línea encargado de dirigir, ejecutar y controlar las acciones de fiscalización tributaria con el objetivo de propiciar una conducta de responsabilidad tributaria y reducir índices de evasión, siendo responsable de fiscalizar la veracidad de la información proporcionada en las declaraciones juradas y detectar a los contribuyentes evasores de tributos a fin de ampliar progresivamente la base tributaria.
- Unidad Orgánica : Equipo Funcional de Orientación, Registro y Recaudación.

El Equipo Funcional de Orientación, Registro y Recaudación, es el órgano de línea encargado de administrar el proceso de registro y actualización de la información contenida en las declaraciones juradas y de orientar a los contribuyentes respecto a sus derechos y obligaciones tributarias frente a la administración, atender las reclamaciones tributarias, y, del proceso de recaudación de la deuda tributaria de los contribuyentes, gestionando la cobranza ordinaria de las deudas tributarias, emitiendo los valores de cobranza en los casos que corresponda.

2.2. Antecedentes de Investigación

2.2.1. A nivel internacional

Jorquera(2012), en su tesis para obtener el grado de Ingeniero comercial en la Universidad de Chile, titulada: “Calidad y Satisfacción en el Servicio a Clientes de la Industria Automotriz: análisis de principales factores que afectan la evaluación de los clientes Droguett”.

Llegó a las siguientes conclusiones:

- En un contexto donde la competencia dentro de la industria automotriz se hace cada vez más dura, las experiencias de servicio y, en consecuencia, las evaluaciones que los clientes hacen de las mismas, cobran gran relevancia. Gran parte de las actitudes de las personas hacia una marca de la industria tienen que ver con las experiencias de servicio que ha tenido con la misma, elevando el nivel de

recomendación y recompra en las marcas que hacen un buen trabajo en los temas relacionados a servicio al cliente.

- En la industria se presentan dos procesos de servicio que tienen actividades diferentes, son llevados a cabo por personas distintas y suceden en distintas etapas de la relación con el cliente. A pesar de lo anterior, es importante saber que ambos deben ser tratados con igual cuidado y se debe mantener un grado de coherencia, pues ambos estarán enlazados en la percepción que el cliente tiene de la marca. Estos dos procesos de servicio tienen características distintivas. El proceso de ventas es un servicio que mezcla cualidades de búsqueda con cualidades de experiencia, mientras que el proceso de servicio al vehículo es netamente un servicio con cualidades de credibilidad. Es este último el que finalmente es un servicio “más puro”, y donde las experiencias de servicio son realmente lo más relevante para el cliente. No se debe olvidar que la experiencia de servicio del proceso de ventas es finalmente el camino para conseguir el bien tangible que efectivamente se va a adquirir, el vehículo.
- Si bien todos estos resultados son de gran relevancia a la hora de tomar decisiones en el servicio a clientes, este estudio cuenta con la limitación de haber utilizado un instrumento de medición confeccionado por terceros. Esto quita libertad para poder indagar en ciertos temas y limita los resultados a lo que las empresas de la industria suelen mirar hasta ahora. Una recomendación para futuros estudios en el área sería generar un instrumento de medición confeccionado a la medida del estudio, construido a partir de una etapa exploratoria donde se busque

establecer los temas relevantes para los clientes en el momento de evaluar una experiencia de servicio en la industria automotriz.

2.2.2. A nivel nacional

(Vela Mori, 2014), en su tesis para obtener el grado de economista en la Universidad privada Antenor Orrego, de la ciudad de Trujillo, titulada: “Influencia de la calidad del servicio al cliente en el nivel de ventas de tiendas de Cadenas Claro Tottus - Mall, de la ciudad de Trujillo 2014”. Llegó a las siguientes conclusiones:

- La calidad del servicio brindada en la cadena de Tiendas CLARO-TOTTUS influye de manera directa en el nivel de ventas lo cual implica que sí existe una buena calidad de servicio, esto repercute en el incremento del nivel de ventas.
- Los factores controlables como la oferta de los equipos de Claro el trato amable y buena comunicación del promotor influyen de manera positiva en el nivel de ventas.
- La evaluación de las dimensiones de calidad de servicio, en términos de infraestructura moderna, confiabilidad, empatía, respuesta tiene un impacto positivo en los clientes, debido a que confían en los productos ofertados y son escuchados ante cualquier duda que tengan sobre los productos por parte de los promotores de ventas.
- Se puede decir que los niveles de calidad de servicio y los niveles de ventas se relacionan, ya que los clientes lo califican como bueno y

regular; en tiendas de cadenas como Tottus – Mall, de la ciudad de Trujillo.

Suarez (2015), en su tesis para optar el grado académico de magister en la escuela de posgrado de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, titulada: “El nivel de calidad de servicio de un Centro de Idiomas aplicando el Modelo Servqual caso: Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao, Periodo 2011 - 2012”. Llegó a las siguientes conclusiones:

- Por lo analizado se puede concluir que el modelo SERVQUAL muestra el nivel de calidad del servicio del Centro de Idiomas de la Universidad del Callao durante el periodo 2011 – 2012, expresado en un promedio ponderado de 3,39 respecto a la tabla de expectativas y percepciones.
- Se determina que la fiabilidad incide en la satisfacción del cliente del Centro de Idiomas, lo cual se validó con la correlación de Pearson al obtener un resultado de una asociación positiva significativa de 0,937 y una regresión lineal simple con residuos mínimos.
- La capacidad de respuesta incide en los procedimientos, pues se obtiene una asociación positiva significativa de 0,966 validada a través de la correlación de Pearson y una regresión lineal simple con residuos mínimos.
- Con respecto a la seguridad, se prueba su incidencia en el material del CIUNAC a través de una asociación positiva de 0,944 y una regresión lineal simple con residuos mínimos.

- La empatía incide en el equipamiento del Centro de Idiomas, debido a la obtención de una asociación significativa (0,976) gracias a la correlación de Pearson y una regresión lineal de residuos mínimos.
- Se establece que los elementos tangibles inciden en la infraestructura del CIUNAC, pues se validó a través de la correlación de Pearson (0,942) y la obtención de una regresión lineal de residuos mínimos.

(Inca Allccahuamán, 2015), en su tesis: para optar el título profesional de licenciado en administración de la Universidad Nacional José María Arguedas, Perú bajo el título de: “Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Pacucha, Andahuaylas 2015”. Llegó a las siguientes conclusiones:

1. Con relación al objetivo general: Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios, el valor “sig.” es de 0,000, que es menor a 0,05 el nivel de significancia, entonces se acepta la hipótesis alterna (H_1), por lo tanto, se puede afirmar, que existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios, y lo mismo, luego de someterse al coeficiente de Spearman permite observar una correlación 0,591, lo que significa que existe una correlación positiva moderada entre las variables de calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Pacucha, 2015, lo que indica, cuanto mayor sea la calidad de servicio ofrecida a los usuarios, será mejor la satisfacción de los mismos, por otro lado, a una mala calidad de servicio ofrecida será menor la satisfacción de los usuarios.

2. Con relación al primer objetivo específico: Determinar la relación entre la capacidad de respuesta de los trabajadores y la satisfacción de los usuarios, el valor “sig.” es de 0,000, que es menor a 0,05 el nivel de significancia, entonces se acepta la hipótesis alterna (H_1), por lo tanto, se puede afirmar, que existe relación significativa entre la capacidad de respuesta de los trabajadores y la satisfacción de los usuarios, del mismo modo, luego de someterse al coeficiente de Spearman arroja una correlación de 0,497, lo que significa que hay una correlación positiva moderada entre las variables capacidad de respuesta y satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Pacucha 2015.
3. Con relación al segundo objetivo específico: Determinar la relación entre la cortesía y la satisfacción de los usuarios, el valor “sig.” es de 0,000, que es menor a 0,05 el nivel de significancia, entonces se acepta la hipótesis alterna (H_1), por lo tanto, se puede afirmar, que existe relación significativa relación entre la cortesía y la satisfacción de los usuarios, del mismo modo, luego de someterse al coeficiente de Spearman arroja una correlación de 0,462, lo que significa que hay una correlación positiva moderada entre las variables de cortesía y satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Pacucha 2015.
4. Con relación al segundo objetivo específico: Determinar la relación entre las competencias personales y la satisfacción de los usuarios, el valor “sig.” es de 0,000, que es menor a 0,05 el nivel de significancia, entonces se acepta la hipótesis alterna (H_1), por lo tanto, se puede

afirmar, que 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.

También, la tesis (Robles, 2015), investigación para optar el título profesional de licenciado en administración de la Universidad Nacional de Trujillo titulada: “La calidad de servicio y su influencia en la satisfacción de los contribuyentes de la administración tributaria - SATT año 2015” Trujillo, Perú. El presente trabajo de investigación se elaboró con la finalidad de conocer La Calidad de Servicio y su influencia en la Satisfacción de los Contribuyentes de la Administración Tributaria – SATT año 2015. En la investigación se formuló la siguiente interrogante: ¿De qué manera la calidad de servicio influye en la satisfacción de los contribuyentes de la Administración Tributaria- SATT año 2015?, destacando como variable de estudio: variable independiente: La Calidad de Servicio; y variable dependiente: Satisfacción de los Contribuyentes. La población objeto de estudio estuvo conformada por 94865 contribuyentes de la Administración Tributaria -SATT año 2015, a partir del cual se estableció una muestra representativa de 386 contribuyentes. Se utilizó el diseño transeccional descriptivo, así como los siguientes métodos: el método deductivo – inductivo, el método estadístico, método sintético, método analítico; y por último se aplicaron las siguientes técnicas de investigación: la observación y la encuesta. De los resultados obtenidos se dieron a conocer que los contribuyentes perciben la calidad de servicio en general, como un servicio de calidad media, y que el nivel de satisfacción de los contribuyentes

se encuentra en un nivel medio también, además se pudo identificar que la dimensión de mayor calificación promedio son los Elementos Tangibles y la de menor calificación promedio la Capacidad de Respuesta. La investigación concluyó que la calidad de servicio influye significativamente en la satisfacción de los contribuyentes de la Administración Tributaria - SATT año 2015, información que se verifica a través de la aplicación del método chi cuadrado, el cual arroja un resultado de 272,85 y la V de Cramer que arroja un resultado de 0,56.

Vargas Romero, (2014), en su tesis para grado de Licenciada en Administración de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann, de la ciudad de Tacna, titulada: ""Influencia de los servicios académicos de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann en la satisfacción de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Empresariales, periodo 2013", Llegó a las siguientes conclusiones:

- El trabajo de investigación permitió obtener información necesaria e importante para conocer y estudiar detalladamente el problema que existe en la ausencia de satisfacción del estudiante, referente a los servicios académicos. Determinando la influencia que existe entre ambas variables, y reconociendo que el servicio académico es relevante pero poco fiable para los estudiantes.
- Por ser parte de la población en estudio, me facilitó recabar información real y visible de los procedimientos del servicio académico, reconociendo la falta de mejora del servicio que se ha presentado desde inicios de mis estudios universitarios.

Concluyendo que todo permanece igual manteniendo el descontento de los estudiantes, como son en compañeros egresados y de manera particular, esperando se logre el cambio (reingeniería) y una mejora continua.

- Con el presente estudio conocí más aun a mi Universidad, tanto en lo académico y lo social, ya que me permitió percibir mas de cerca la inquietud de estudiantes de diferentes Escuelas, además de estar constantemente en las oficinas del personal; requiriendo de servicios académicos. Finalizando que concluí la primera etapa de mi función, esperando lograr ver la satisfacción de estudiantes de mi querida casa superior.

Pizarro Neves, (2010), en su tesis para obtener el grado de Licenciada en Administracion de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann, de la ciudad de Tacna, titulada: "Incidencia de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente, en el Banco de Crédito del Perú de la ciudad de Tacna, Oficina Bolognesi, en el periodo 2008 y 2009". Llegó a las siguientes conclusiones:

- El Banco de Crédito del Perú, Oficina Bolognesi; es una institución financiera con una amplia cartera de clientes que se encuentran insatisfechos, este último debido a que existen elementos que no se adecúan a la prestación de un servicio de calidad en su totalidad.
- En el Banco de Crédito del Perú, Oficina Bolognesi, existe una principal debilidad que es la carencia de personal que oriente al

público, si se educara y orientara al cliente, otros serían los resultados en cuanto a los niveles de satisfacción.

- El Banco de Crédito del Perú, Oficina Bolognesi, cuenta con un número importante de clientes atendidos diariamente, que si bien en gran parte se encuentran insatisfechos con la atención ofrecida y particularmente con los tiempos de espera, siguen acudiendo a la oficina; punto que debe ser tomado en consideración ya que esto refleja un posicionamiento de la marca BCP.

2.3. Bases teóricas

2.3.1. Modelos teóricos que explican la calidad del servicio

Calidad del servicio

En la actualidad la productividad y rentabilidad de una organización están vinculadas a la calidad de los productos y servicios ofrecidos. La calidad de servicio es un aspecto importante que las organizaciones están tomando en cuenta para generar una ventaja competitiva en sus organizaciones.

Según (Deming, 1989), la calidad de servicio es la satisfacción de los clientes con respecto a cualquier servicio dado o artículo fabricado y según cualquier criterio, si es que tiene alguna opinión que ofrecer, mostrará una distribución que va desde la insatisfacción extrema a la mayor complacencia de gran satisfacción.

Según (Pérez V. , 2006), la calidad de servicio supone el ajuste de estas prestaciones a las necesidades, expectativas y deseos del cliente. De este

modo, puede distinguirse entre la calidad del producto referida al principio y la calidad de servicio referida a las prestaciones accesorias y a la atención hacia los clientes por parte de la empresa.

Además refiere (Pérez V. , 2006), la calidad de servicio requiere controlar cuidadosamente las preferencias del cliente, incrementar la rentabilidad mediante la captación de nuevos clientes y el mantenimiento de los existentes. Si la calidad del servicio está presente, la rentabilidad vendrá sola. Además, es necesario que los resultados de la calidad puedan ser medibles y que las actitudes de las personas que prestan el servicio se dirijan a conseguir la excelencia.

(Christopher Lovelock, 2009), define calidad de servicio desde diferentes perspectivas:

- a) **La perspectiva trascendental de la calidad es sinónimo de excelencia innata:** Una señal de estándares inquebrantables y alto desempeño. Este punto de vista se aplica a la actuación en las artes visuales y plantea que la gente aprende a reconocer la calidad únicamente por medio de la experiencia que obtiene a través de la exposición repetida.
- b) **El método basado en el producto:** Considera la calidad como una variable precisa medible; plantea que las diferencias en la calidad reflejan diferencias en la cantidad de un ingrediente o atributo que posee el producto. Debido a que esta perspectiva es totalmente objetiva, no toma en cuenta las discrepancias en los gustos,

necesidades y preferencias de los clientes individuales (o incluso de segmentos completos de mercado).

- c) **Las definiciones basadas en el usuario:** Parten de la premisa de que la calidad reside en los ojos del observador. Esas definiciones equiparan la calidad con la satisfacción máxima. Esta perspectiva subjetiva y orienta hacia la demanda reconoce que los distintos clientes tienen deseos y necesidades diferentes.
- d) **El método basado en la manufactura:** Se fundamenta en la oferta y se relaciona principalmente con las prácticas de ingeniería y manufactura. (En los servicios, se podría decir que la calidad está impulsada por las operaciones, las cuales a menudo son impulsadas por metas de productividad y de contención de costos).
- e) **Las definiciones basadas en el valor:** Abordan la calidad en términos de valor y precio. La calidad se define como “excelencia costeable” al considerar el intercambio entre el desempeño (o cumplimiento) y el precio.

(Grande, 2005), refiere que un servicio es una prestación, un esfuerzo o una acción. Frecuentemente se confunden los conceptos de bien o producto, quedando el de servicio como algo ajeno a ellos. Toda actividad empresarial conduce a un producto, que puede ser un bien o un servicio.

Se puede entender, entonces, que los bienes y los servicios son materializaciones de actividades diferentes. Un producto es algo que se puede ofrecer al mercado para ser adquirido, usado o consumido, para

satisfacer un deseo o una necesidad. Incluye objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas.

Según (Pérez V. , 2006), la calidad en el servicio es uno de los factores de mayor importancia en la actualidad con el que una empresa puede agregar valor a sus bienes o servicios que ofrece y con el que puede o podría tener una ventaja competitiva. Dado lo anterior, se puede decir que la calidad en el servicio o del servicio, es de interés para toda persona que tiene como uno de sus propósitos retener a sus clientes o lograr un mayor número de éstos. Además, menciona que cuando las empresas venden productos iguales o similares, deben enfatizar el servicio como la herramienta competitiva para posicionarse en el mercado. De esta forma, el servicio constituye una distinción clave en el mercado, especialmente cuando la elección se hace entre productos que no se pueden diferenciar por ninguna otra dimensión significativa para el consumidor.

Según (Parasuraman, 1988), la calidad percibida del servicio es un juicio global de la superioridad o excelencia de una empresa, y se relaciona con la diferencia entre expectativas y percepciones.

(Parasuraman, 1988), considera que la calidad de servicio consiste en la discrepancia entre los deseos de los usuarios acerca del servicio y la percepción del usuario recibido.

Calidad

El concepto de calidad incluye todas las fases que interviene en la prestación del servicio, poniendo en juego todos los recursos necesarios para prevenir errores e involucrando a todo el personal, mermando el clima y las relaciones entre los miembros que la integran, es decir, las relaciones entre los clientes (internos, externos). Entendiéndose por cliente interno, “aquellos que trabajan dentro de la organización y otorgan sus servicios a la empresa” y por cliente externo, “aquellos que solo se relacionan con la organización cuando van a adquirir un bien o servicio que esta produzca o preste”. (Pérez V. , 2006)

(Juran, 2005), refiere que la calidad se define como adecuación al uso, esta definición implica una adecuación del diseño del producto o servicio (calidad de diseño) y la medición del grado en que el producto es conforme con dicho diseño (calidad de fabricación o conformidad). La calidad de diseño se refiere a las características que potencialmente debe tener un producto para satisfacer las necesidades de los clientes y la calidad de conformidad apunta a cómo el producto final adopta las especificaciones diseñadas.

(Pérez V. , 2006), menciona que las empresas pueden conseguir la calidad del servicio en la atención al cliente. Para cumplir esta meta es necesario comprender qué se entiende por calidad y por servicio.

Para (Deming, 1989), la calidad es “un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste, adecuado a las necesidades del mercado”.

(Vargas, 2006), señala que la calidad del servicio es la conformidad de un servicio con las especificaciones y expectativas del cliente.

(Ishikawa, 1989), lo señala como “Desarrollar, diseñar, manufacturar, y mantener un producto de calidad que sea el más económico, el útil y siempre satisfactoria para el consumidor”.

Servicio

(Marketing Lamb, 2002), señala que "Un servicio es el resultado de la aplicación de esfuerzos humanos o mecánicos a personas u objetos. Los servicios se refieren a un hecho, un desempeño o un esfuerzo que no es posible poseer físicamente".

SERVQUAL: como modelo de evaluación de calidad percibida.

El modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio mide lo que el cliente espera de la organización que presta el servicio en las cinco dimensiones citadas, contrastando esa medida con la estimación de lo que el cliente percibe de ese servicio en esas dimensiones.

Es un instrumento de medida de la calidad del servicio, diseñados por (Parasuraman & Zeithaml, 1995), y ampliamente citado en la literatura de marketing por su aplicación en una amplia gama de actividades de servicios (enseñanza, transporte, sector financiero, entidades deportivas,

turismo, alimentación, entre otros). Se basa en encuestas a los usuarios de servicios.

Es un modelo que comprende dos partes: una para medir expectativas de forma genérica con relación al servicio, no haciendo referencia a ninguna experiencia en concreto y otra para medir percepciones sobre el servicio prestado por una determinada empresa, por tanto, manifiesta una experiencia personal. Comprenden 22 declaraciones en cada parte y las dos partes del cuestionario son simétricas. A cada frase para medir las expectativas corresponde otra que mide las percepciones.

Estos 22 atributos son el resultado de las cinco dimensiones que obtuvieron los autores, al efectuar dicha medición en empresas de servicios de cinco sectores distintos, consolidándose en cinco dimensiones básicas que definen el significado de la calidad de servicio.

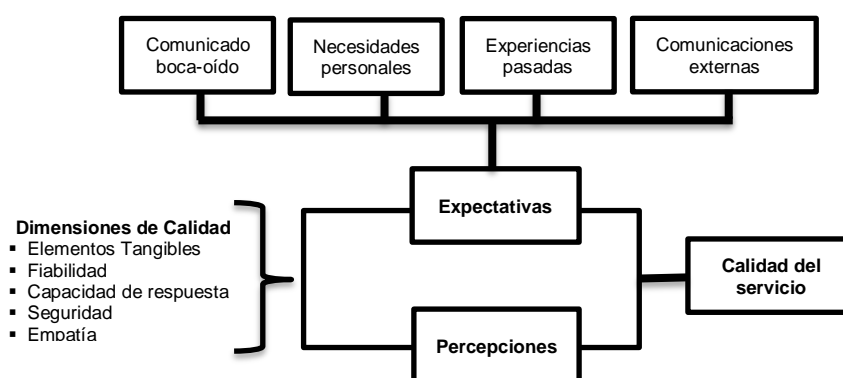


Figura 01: INSTRUMENTO SERVQUAL: Evaluación del cliente sobre la calidad del servicio.

Fuente: (Parasuraman & Zeithaml, 1995)

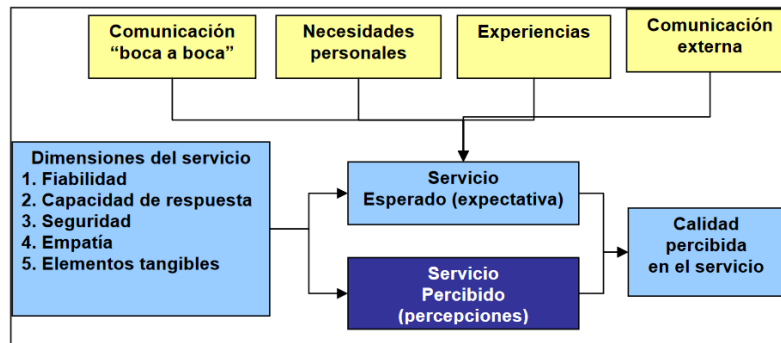


Figura 02: Relación de criterios originales y dimensiones definitivas del modelo SERVQUAL.

Fuente: (Parasuraman & Zeithaml, 1995)

(Parasuraman & Zeithaml, 1995), muestran en la Figura 02, los criterios de elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuestas permanecen intactos en las dimensiones definitivas. Evidentemente, estos cinco criterios tienen una importancia relativa para los usuarios de servicio de las empresas identificadas por los autores. El peso de cada criterio o dimensión dependerá del tipo de servicio.

Dimensiones de la Calidad del Servicio

Según (Parasuraman & Zeithaml, 1995), las dimensiones definitivas quedarían así determinadas:

1. **Elementos tangibles:** Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.
2. **Fiabilidad:** Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.
3. **Capacidad de respuesta:** Disposición y voluntad para ayudar a los clientes y proporcionarles de un servicio rápido.

4. **Seguridad:** Conocimiento y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza.

5. **Empatía:** Atención individualizada que ofrecen las empresas a sus consumidores.

Cada dimensión se desagregó en un grupo de atributos, completando así los 22 resultados del estudio empírico realizado por (Parasuraman & Zeithaml, 1995). Siendo ella en su forma genérica:

Tabla 04: Atributos que componen los criterios SERVQUAL.

<p>Dimensión 1: ELEMENTOS TANGIBLES: Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Las empresas de servicio tienen equipos de apariencia moderna. ▪ Las instalaciones físicas de la empresa de servicios son visualmente atractivas. ▪ Los empleados de la empresa de servicios tienen apariencia pulcra. ▪ Los elementos materiales (folletos, estados de cuenta y similares) son visualmente atractivos.
<p>Dimensión 2: FIABILIDAD: Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Cuando la empresa de servicio promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace. ▪ Cuando un cliente tiene un problema, la empresa muestra un sincero interés en solucionarlo. ▪ La empresa realiza bien el servicio la primera vez. ▪ La empresa concluye el servicio en el tiempo prometido. ▪ La empresa de servicio insiste en mantener registros exentos de errores.
<p>Dimensión 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA: Disposición y voluntad de los empleados para ayudar al cliente y proporcionarle el servicio.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Los empleados comunican a los clientes cuando concluirá la realización del servicio. ▪ Los empleados de la empresa ofrecen un servicio rápido a sus clientes. ▪ Los empleados de la empresa de servicio siempre están dispuestos a ayudar a sus clientes. ▪ Los empleados nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de sus clientes.
<p>Dimensión 4: SEGURIDAD: Conocimiento y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ El comportamiento de los empleados de la empresa de servicio transmite confianza a sus clientes. ▪ Los clientes se sienten seguros en sus transacciones con la empresa de servicios. ▪ Los empleados de la empresa de servicio son siempre amables con los

<p>clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los clientes.
<p>Dimensión 5: EMPATÍA: Atención individualizada que ofrecen las empresas a los consumidores.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ La empresa de servicio da a sus clientes una atención personalizada. ▪ La empresa de servicio tiene horarios de trabajo conveniente para todos sus clientes. ▪ La empresa de servicio tiene empleados que ofrecen una atención personalizada a sus clientes. ▪ La empresa de servicio se preocupa por los mejores intereses de sus clientes ▪ La empresa de servicio comprende las necesidades específicas de sus clientes.

Fuente: (Parasuraman & Zeithaml, 1995)

El Código Tributario

El (Decreto Legislativo 771, 1994), dictó la Ley Marco del Sistema Tributario Nacional, vigente a partir desde 1994, el Código Tributario constituye el eje fundamental del Sistema Tributario Nacional, y establece los principios generales, institucionales, procedimientos y normas del ordenamiento jurídico-tributario. Este código rige las relaciones jurídicas originadas por los tributos.

Sus disposiciones, sin regular a ningún tributo en particular, son aplicables a todos los tributos (impuestos, contribuciones y tasas) pertenecientes al sistema tributario nacional, y a las relaciones que la aplicación de estos y las normas jurídico-tributarias originen.

Se puede considerar que nuestro Código Tributario se adscribe a esta en la medida que considera que la retención y percepción de tributos constituyen obligaciones tributarias; en la medida que estas figuras se encuentran reguladas dentro del Libro I de dicho cuerpo legal, el mismo que está dedicado a regular la obligación tributaria.

Tributos

Según Decreto Legislativo No. 771 se dictó la Ley Marco del Sistema Tributario Nacional, vigente a partir desde 1994, rige las relaciones jurídicas originadas por los tributos, el término genérico tributo comprende:

- **Impuestos:** Es el tributo cuyo cumplimiento no origina una contraprestación directa a favor del contribuyente por parte del estado.
- **Contribución:** Es el tributo cuya obligación tiene como hecho generador beneficios derivados de la realización de obras públicas o de actividades estatales.
- **Tasa:** Es el tributo cuya obligación tiene como hecho generador la prestación efectiva por el estado de un servicio público individualizado en el contribuyente.

Los tributos del Gobierno Central

Según el (Decreto Legislativo 771, 1994) se dictó la Ley Marco del Sistema Tributario Nacional, vigente a partir desde 1994, los Tributos del Gobierno Central, son:

- **Impuesto a la Renta:** Todas aquellas que provengan de una fuente durable y susceptible de generar ingresos periódicos.
- **Impuesto General a las Ventas:** Grava la venta de bienes muebles, importación de bienes, prestación o utilización de servicios, los contratos de construcción y la primera venta de inmuebles que realicen los constructores de los mismos.

- **Impuesto Selectivo al Consumo:** Tributo al consumo específico. Grava la venta de productos de determinados bienes, importación de los mismos, la venta de los bienes cuando la efectúa el importador, y los juegos de azar y apuestas.
- **Impuesto Extraordinario de Solidaridad:** Grava las remuneraciones que se abonan a los trabajadores mensualmente, y de quienes presten servicios sin relación de dependencia.
- **Derechos Arancelarios:** Se aplican sobre el valor CIF (Costo, seguro y flete, en español) de los bienes importados al Perú.

Los Gobiernos locales suelen recaudar los tributos directamente.

Los tributos para los gobiernos locales

Según el (Decreto Legislativo 771, 1994) se dictó la Ley Marco del Sistema Tributario Nacional, vigente a partir desde 1994, los tributos del gobiernos locales, son:

- A. Impuesto predial:** Tributo de periodicidad anual que grava el valor de los predios urbanos y rústicos (terrenos, edificaciones e instalaciones fijas y permanentes). No aplica para propiedades de universidades, centros educativos y concesiones mineras.
- a. **Son predios:** Los terrenos, incluyendo terrenos ganados al mar, a los ríos y otros espejos de agua, así como edificaciones e instalaciones fijas y permanentes que constituyan partes integrantes de dichos predios.

- b. **Sujeto activo** (Acreedor): Municipalidades distritales donde se ubica el predio.
- c. **Sujeto pasivo** (Deudor): En calidad de contribuyente, las personas naturales o jurídicas propietarias de los predios, cualquiera sea su naturaleza.
- d. **Inafectaciones:** Los predios de propiedad de:
- El Gobierno Central, gobiernos regionales y gobiernos locales.
 - Gobiernos extranjeros en condición de reciprocidad, cuando se destine a residencia de sus representantes diplomáticos o al funcionamiento de oficinas dependientes de sus embajadas, legaciones o consulados, así como los predios de propiedad de los organismos internacionales reconocidos por el gobierno que les sirve de sede.
 - Las sociedades de beneficencia siempre que se destinen a sus fines específicos y no se efectúe la actividad comercial en ellos.
 - Las entidades religiosas siempre que se destinen a templos conventos. monasterios y museos. (RTF 761-1-96).
 - Las entidades públicas destinadas a prestar servicios públicos asistenciales.
 - El Cuerpo General de Bomberos cuando el predio se destine a sus fines específicos.

- Comunidades campesinas y nativas de la sierra y la selva, con excepción de las extensiones cedidas a terceros para su explotación económica.
- Las universidades y centros educativos debidamente reconocidos respecto de sus predios destinados a sus finalidades educativas y culturales conforme a la Constitución.
- Las concesiones en predios forestales del Estado dedicados al aprovechamiento forestal y de fauna silvestre y en las plantaciones forestales.

B. Impuesto de alcabala: Es la realización inmediata y grava las transferencias de propiedad de bienes inmuebles urbanos o rústicos a título oneroso o gratuito, cualquiera sea su forma, inclusive las ventas con reserva de dominio.

- Sujeto pasivo

Es sujeto pasivo en calidad de contribuyente: Comprador del inmueble, o adquirente del inmueble.

C. Impuesto al patrimonio vehicular: Grava la propiedad de vehículos nacionales o importados, con antigüedad no mayor de 3 años. Son de periodicidad anual.

Es de periodicidad anual, grava la propiedad de los vehículos automóviles, camionetas, Station Wagon, camiones, buses y ómnibuses, con una antigüedad no mayor de 3 años, contados a

partir de su primera inscripción en el Registro de Propiedad Vehicular.

La administración del impuesto corresponde a la Municipalidad Provincial en cuya dirección tenga el propietario.

Sujetos del impuesto

- **Sujeto activo:** Municipalidad Provincial
- **Sujeto pasivo:** Personas naturales o jurídicas propietarias de los vehículos gravados, al 1 de enero del año. Cuando se efectúe cualquier transferencia, el adquirente asumirá la condición de contribuyente a partir del 1 de enero del año siguiente de producido el hecho.
- **Inafectaciones:**
 - Gobierno Central, regiones y municipalidades.
 - Gobiernos extranjeros y organismos internacionales
 - Entidades religiosas.
 - Cuerpo General de Bomberos Voluntarios del Perú.
 - Universidades y centros educativos
 - Vehículos de propiedad de personas jurídicas que no formen parte de su activo fijo.

Los vehículos nuevos de pasajeros con antigüedad no mayor de tres (3) años de propiedad de las personas jurídicas o naturales, debidamente autorizados por la autoridad competente para prestar servicio de transporte público

masivo. La inafectación permanecerá vigente por el tiempo de duración de la autorización correspondiente.

D. Impuesto a las apuestas

La organización de eventos hípicos y similares, en los que se realice apuestas.

- **Sujeto pasivo:** Empresas o instituciones organizadoras de las actividades gravadas.

Elas determinan libremente el monto de los premios por cada tipo de apuestas; así como las sumas que destinarán a la organización del evento y a su funcionamiento.

E. Impuesto a los espectáculos públicos no deportivos

El impuesto a los espectáculos públicos no deportivos, grava el monto que se abona por presenciar o participar en espectáculos públicos no deportivos en locales y parques cerrados.

La obligación tributaria se origina al momento del pago del derecho de ingreso para presenciar o participar en el espectáculo.

Sujeto pasivo

- Como contribuyentes: Las personas que adquieren entradas para asistir a los espectáculos.
- Como responsables tributarios en calidad de agentes perceptores las personas que organizan los espectáculos.

- Como responsable solidario al pago del impuesto el conductor del local donde se realice el espectáculo.

El Estado ha creado otros tributos a favor de las municipalidades que son:

- Impuesto de promoción municipal.
- Impuesto al rodaje.
- Impuesto a las embarcaciones de recreo.

2.3.2. Modelos Técnicos que explican la satisfacción de los contribuyentes

¿Qué es la satisfacción del cliente?

Según (Melara, 2013), la satisfacción del cliente se ve determinada por lo que el cliente tuvo que ceder o sacrificar (dinero, tiempo, etc.) a cambio del servicio. La satisfacción entonces se vuelve una respuesta emocional del consumidor derivada de la comparación de las recompensas (percepción de la calidad del servicio, percepción de los tangibles en el servicio, etc.) y costos con relación a las expectativas.

Así menciona que la percepción de la calidad del servicio es un componente más que repercute en la satisfacción del cliente. La calidad en el servicio prestado se enfoca prácticamente en las dimensiones del servicio, mientras la satisfacción es un concepto más amplio que no solo se

ve afectado por las recompensas, sino también por factores personales y situacionales que escapan del control del prestador del servicio.

El concepto de servicio:

Hablar de satisfacción del usuario o cliente no puede dejar de mencionar para el caso particular el concepto de servicio, para el cual se cuenta con diversidad de definiciones, pero las siguientes ilustran mejor: Al respecto (Pancorvo, 2014) sobre servicio menciona:

- Es la generación de una experiencia de compra que satisfaga.
- Es atender las necesidades del cliente conforme el cliente espera que se le atienda.
- Es todo aquello que, agregando valor al producto, aumenta su utilidad valor para el cliente.

Otras definen los servicios como un co-producto, vale decir, una actividad compuesta de productos tangibles e intangibles que en su presentación puede darse en determinadas proporciones, fijas o variables.

Menciona (Pancorvo, 2014), como aspectos importantes derivados de la definición de servicios tenemos: **la satisfacción, lo intangible y el valor añadido**. Sin embargo, esto depende de la interpretación que les dé las personas. La satisfacción real de la persona por ejemplo se encuentra principalmente a nivel perceptual, por tanto, se trata de un asunto más relacionado con el campo de la psicología. Y en muchos casos, la percepción llega a ser distinta a la realidad.

Satisfacción:

Para (Zeithaml V, 2009), satisfacción es la respuesta de satisfacción del cliente. Es un juicio acerca de que un rasgo del producto o servicio en sí mismo, proporciona un nivel placentero de recompensa que se relaciona con el consumo. Satisfacción es la evaluación que realiza el cliente respecto a un producto o servicio, en términos de si ese producto o servicio respondió a sus necesidades y expectativas. Se presume que al fracasar en el cumplimiento de las necesidades y las expectativas el resultado que se obtiene es la insatisfacción con dicho producto o servicio. La satisfacción del cliente es influida por las características del producto o servicio y las percepciones de la calidad. También actúan sobre la satisfacción las respuestas emocionales de los clientes y sus percepciones de equidad.

Según (Berry. L, 1989), la satisfacción es un fenómeno que no se da en abstracto siempre está ligado a aspectos objetivos que directamente afectan al usuario en su percepción.

Según (Kotler & Makens, 2005), 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 experiencias. Expresa que luego de la adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan uno de estos tres niveles o grados de satisfacción.

- a. **Insatisfacción.** Se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente.

- b. **Satisfacción.** Se produce cuando el desempeño percibido del producto o servicio coincide con las expectativas del cliente.
- c. **Complacencia.** Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.

Según (Reyes .S, 2015), afirma que el cliente puede experimentar diferentes grados de satisfacción. Si la actuación del producto no llega a complementar sus expectativas, el cliente o usuario queda insatisfecho. Si la actuación está a la altura de sus expectativas, el cliente estará muy satisfecho. Si la actuación supera las expectativas, el cliente estará muy satisfecho o encantado.

Según (Oliver, 2009), la satisfacción, es la respuesta de saciedad del cliente. La satisfacción del cliente es influida por las características específicas del producto o servicio y las percepciones de la calidad, también actúan sobre la satisfacción las respuestas emocionales. Es el juicio acerca de los rasgos del producto o servicio en sí mismo, que proporciona un nivel placentero del consumo actuando también las emociones del cliente.

(Oliver, 2009), señala que tengamos en cuenta que la satisfacción no solo depende de la calidad del servicio sino también de las expectativas del cliente; el cliente está satisfecho cuando los servicios cubren o exceden sus expectativas. Si las expectativas del cliente son bajas o si el cliente

tiene acceso limitado a cualquiera de los servicios, puede ser que esté satisfecho con recibir servicios relativamente deficientes.

Calidad y satisfacción del servicio en las entidades públicas

Según (Zambrano, 2007), bajo cualquier circunstancia e independientemente del producto o servicio demandado, todos los clientes o usuarios buscan obtener la satisfacción de sus necesidades además de que los atiendan bajo los mejores estándares posibles lo que ha obligado a la administración pública, de manera inmediata, a dar un vuelco total a su planeación estratégica y colocar en la cima de la pirámide al cliente, trabajando en la gestión integral de mecanismos, políticas y medios para satisfacer las necesidades de los ciudadanos.

La entidad pública, en general y salvo las condiciones de monopolio por la característica de los servicios que presta y su misión legal, como cualquier organización, está sometida a las presiones de alcanzar los mejores estándares de calidad para cumplir, con el mayor acierto, los objetivos sociales y satisfacer de manera permanente al ciudadano. Por ello, debe trabajar en el fortalecimiento constante de su vocación hacia la calidad, condición que se ha apreciado particularmente en los últimos años, sin importar su pertenencia o no a sectores monopólicos por las razones señaladas.

Para (Zambrano, 2007), los indicadores de calidad, miden el nivel de satisfacción de los usuarios o de los clientes, con respecto a un producto.

En este caso se aplican encuestas dirigidas a la obtención de dicha información. La medición de calidad para este caso es una relación de tipo externa que viene dada por el nivel de satisfacción de los usuarios del servicio o de los consumidores de un bien público.

Se evidencia que la calidad que el ciudadano espera no se mide solamente en determinados momentos de su interacción con la entidad sino en todos los momentos de verdad que se generan en el recorrido total que el cliente experimenta durante la adquisición de un producto o servicio, si todos los momentos de verdad son estelares, la percepción del usuario frente a la calidad del servicio será alta, pero si tan solo uno de los momentos se torna crítico, sin importar que tan buenos hayan sido los demás, la calidad percibida disminuirá notoriamente.

Por lo anterior también es importante considerar el término de idoneidad de un bien o servicio, su aptitud para satisfacer la necesidad o necesidades para los cuales ha sido producido, así como las condiciones bajo las cuales se debe utilizar en orden normal y adecuada satisfacción de la necesidad o necesidades para las cuales está destinado.

En los mercados privados el cliente tiene la opción de escoger entre cientos de ofertas y en el caso de no encontrarse satisfecho con el producto o servicio ofrecido por cualquier empresa fácilmente toma la decisión de irse con la competencia, pero el sector público no es tan fácil, como se expuso anteriormente, el sector tiende a monopolizarse debido a

las particulares características que presentan los servicios ofrecidos, de allí la importancia de generar calidad y satisfacción a los ciudadanos los cuales constituyen el fundamento de la gerencia del servicio.

Usuario

(Ruiz, 2015), en el caso de la Administración pública, el ciudadano se ha transformado en cliente y es contribuyente, por lo que, actualmente se le considera propietario de los servicios que se le prestan. En la actualidad el ciudadano, como titular de derechos y deberes, puede adoptar papeles diversos en su relación con el servicio público, beneficiario, consumidor, usuario, comprador, contribuyente, administrado.

Para (Curzel, 2008), el usuario es la persona que tiene derecho de usar una cosa ajena con cierta limitación.

Según (Aurora, 2005), el usuario es el protagonista indiscutible del estudio de cualquier proceso informativo porque sus características individuales y su contexto de referencia laboral, social, económica o político, son aspectos que determinarán su comportamiento con relación a la información.

Según (Carmen, 2009), existen tres tipos de clientes:

- a. **Ciente interno:** El personal de la organización, recibe insumos y le da un valor agregado.
- b. **Ciente externo:** Los intermediarios que directamente tienen relación con la organización.
- c. **El cliente final:** Los usuarios del producto o servicio, quienes validarán todo cuanto de éste se diga o se anuncie (promesa).

Satisfacción de los ciudadanos

Según (Andrew, 2006), la satisfacción del usuario influye de manera determinante en el comportamiento, organización de prestar servicios de buena calidad, al posicionamiento institucional en el mercado y sociedad en el hecho de que el usuario procure o no procure los servicios ofertados, según su disponibilidad de pago, el seguir las instrucciones del prestador de servicios y el recomendar la marca a los demás.

(Varela, 2006), señala que la satisfacción como la resultante psicológica de una experiencia de consumo, la que no debe confundirse con la evaluación de la experiencia, sino que debe entenderse como el balance psicológico y retrospectivo de la experiencia del consumo, donde la medida de satisfacción surge de la consistencia en las respuestas a una serie de cuestiones relativas al grado de bienestar que siente una persona por un fenómeno específico de vida, como es un servicio, un producto o una marca concreta. En este sentido, la satisfacción es entendida como el

bienestar resultante de la experiencia del consumo o servicio ofrecido por el municipio.

Según (Hunt, 1977), la satisfacción es el producto de una relación de acciones que se da, principalmente, en el momento en que el cliente o usuario lleva a cabo una transacción, cuya experiencia de intercambio es comparada con las expectativas que se tenían previamente.

Según (Pérez V. , 2006), la satisfacción del cliente es una de las claves para asegurar una buena calidad en el servicio consiste en satisfacer o sobrepasar las expectativas que tienen los clientes respecto a la organización, determinando cuál es la necesidad que el cliente espera y cuál es el nivel de bienestar que espera que le proporcionen. La satisfacción del cliente representa la evaluación del consumidor respecto a una transacción específica y a una experiencia de consumo. Esto es conveniente luego en la actitud global hacia el servicio recibido. A partir de las experiencias de satisfacción con varios encuentros de servicio, se desarrolla y se va modificando una actitud global a largo plazo sobre la calidad del servicio recibido.

Para (Lamb Ch., 2006), la satisfacción del cliente es la evaluación que hace de un bien o servicio en términos de si ha cumplido sus necesidades y expectativas. El no satisfacer necesidades y expectativas resulta en insatisfacción con el bien o servicio. Tener satisfechos a los clientes actuales es tan importante como atraer nuevos, y mucho menos costoso.

Para (Andrew, 2006), la satisfacción del cliente o usuario es uno de los resultados más importantes de prestar servicios de buena calidad. Dado que la satisfacción del cliente influye de tal manera en su comportamiento, es una meta muy valiosa para todo programa. La satisfacción del cliente puede influir en el hecho de que el cliente procure o no procure atención, el hecho de que esté dispuesto a pagar por los servicios, el hecho de que el cliente siga o no siga las instrucciones del prestador de servicios sobre su uso correcto, el hecho de que el cliente regrese o no regrese al prestador de servicios y el hecho de que el cliente recomiende o no recomiende los servicios a los demás.

Según (Ruiz, 2015), en todos los supuestos, desde el enfoque de la calidad, este ciudadano multifacético constituye un auténtico cliente de la Administración, porque es el destinatario de su actividad, es su razón de ser. La disección del ciudadano/cliente en varias categorías trae sus consecuencias. En efecto, las organizaciones prestadoras de servicios públicos, en tanto que entes instrumentales de la Administración Pública, no pueden limitarse a un estricto punto de vista de calidad del servicio, no pueden centrarse exclusivamente en sus clientes directos. Por el contrario, su política de calidad y sus relaciones con los usuarios están determinadas por factores más amplios que una mera interacción bilateral. La presencia de otras partes y grupos de interés hace de la formulación de la política de calidad en la administración pública algo más complejo que en las empresas privadas.

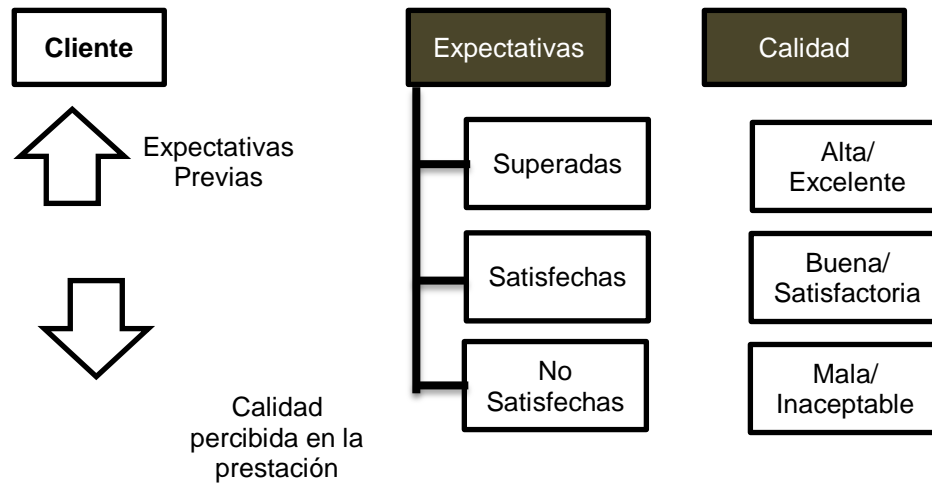


Figura 03: La Satisfacción del cliente

Fuente: (Ruiz, 2015)

(Day, 1984), quienes sostienen que la satisfacción será producto de un análisis del usuario, respecto de los factores del proceso de atención (ya sean ellos el precio, el tiempo de espera, expectativas, agilidad, etc).

Desde la experiencia, (Zeithaml V, 2009) formula un esquema en que grafican la interacción de la satisfacción de usuarios con la calidad percibida. En primer lugar, distinguen cada una entre sí, proponiendo que en la satisfacción requiere que exista un componente experiencial, mientras que la calidad puede darse sólo a nivel de producto o servicio; a la vez, la calidad del producto o servicio en sí no incluye el factor precio (pues un producto o servicio es bueno porque lo es, no porque cuesta más caro).

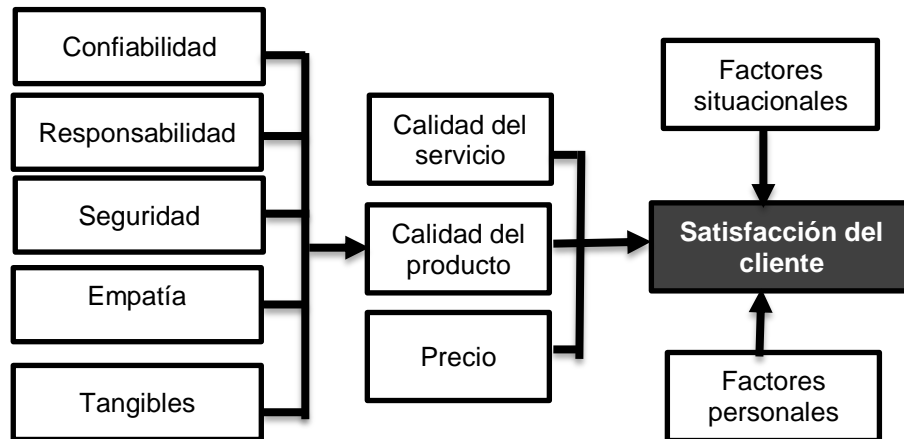


Figura 04: Percepciones de la calidad y satisfacción del cliente

Fuente: (Zeithaml V, 2009)

Satisfacción del cliente desde el buen servicio

(Gosso, 2008), señala que la satisfacción es un estado de ánimo resultante de la comparación entre las expectativas del cliente y el servicio ofrecido por la empresa. Si el resultado es neutro, no se habrá movilizó ninguna emoción positiva en el cliente, lo que implica que la empresa no habrá conseguido otra cosa más que hacer lo que tenía que hacer, sin agregar ningún valor añadido a su desempeño. En tanto, si el resultado es negativo, el cliente experimentará un estado emocional de insatisfacción. En este caso, al no lograr un desempeño satisfactorio la empresa tendrá que asumir costos relacionados con volver a prestar el servicio, compensar al cliente, neutralizar comentarios negativos y levantar la moral del personal. En cambio, si el cliente percibió que el servicio tuvo un desempeño mayor a sus expectativas, el resultado de esta comparación será positivo, esto implicará que se habrá logrado satisfacer gratamente al cliente. Por tanto, se habrá ganado un cliente híper satisfecho.

Satisfacción del cliente como indicadores de la calidad de un servicio

(Pérez V. , 2006), refiere que la satisfacción del cliente es uno de los principales indicadores de la calidad de un servicio. Dada las características propias de un servicio, la relación entre percepciones y expectativas en relativa a cada cliente en particular.

Existen métodos directos e indirectos de obtener información acerca de la satisfacción que posee el cliente sobre el servicio que brinda una organización.

- **Los métodos directos** incluyen el desarrollo de cuestionarios cuyos análisis ayuda a conocer mejor y a acercarse más a la identificación de las necesidades y expectativas de los clientes. Este tipo de métodos son las entrevistas cualitativas y cuestionarios de satisfacción. Los métodos directos son más eficaces ya que permiten recibir información directamente de los clientes. Tanto los buzones de sugerencias como el sistema de quejas y reclamaciones muestran sólo una parte de la percepción que tienen los clientes del servicio recibido, aunque será necesario complementarlos con otro tipo de información para realizar un análisis más adecuado.
- **Los métodos indirectos** son acciones sistemáticas y estructuradas que llevan a cabo las organizaciones para la recogida, evaluación y búsqueda de soluciones a las quejas de sus clientes, como el sistema de quejas y reclamaciones, buzones de sugerencias, reuniones con clientes.

(Ferrell, 2006), señala que la satisfacción del cliente cambio en gran medida en la última década. Aunque la mayor parte de las empresas llevan un registro de las calificaciones de satisfacción del cliente a través del tiempo, las empresas que toman en serio la administración de las relaciones con el cliente han adoptado medios más poderosos para registrar su satisfacción con base en el comportamiento actual del cliente. Los avances tecnológicos, que permiten a las empresas a llevar un registro de las conductas de cada cliente a través del tiempo, proporcionan la base para estas nuevas mediciones, entre las cuales se incluyen:

- **Valor durante el tiempo de vida para un cliente** (Análisis del valor de por vida) (LTV; Lifetime Value Analysis): El valor presente neto de la corriente de ingresos generada por un cliente específico durante el periodo de vida. El LTV reconoce que algunos clientes valen más que otros. Las empresas aprovechan mejor los programas de satisfacción del cliente enfocándose en los clientes valiosos y dando un mal servicio o cobrando tarifas elevadas a los clientes que tienen un LTV de perfil bajo para motivarlos a que se vayan.
- **Valor de pedido promedio** (AOV; Average Order Value): El valor en dólares de la compra del cliente dividido entre el número de pedidos durante un periodo. El AOV aumentará con el tiempo conforme se incrementa la satisfacción del cliente y éste se vuelva más leal. Las empresas de comercio en línea utilizan el AOV con mucha frecuencia para señalar a los clientes actuales que adquirir otros nuevos. Mientras

esto suceda, es mejor que una empresa mantenga satisfechos a los clientes que tiene en la actualidad.

- **Índice de conversión de clientes:** El porcentaje de visitantes o clientes potenciales que realmente compran. Los índices de conversión bajos no necesariamente son causa de preocupación si el número de prospectos es alto.
- **Índice de retención de clientes:** El porcentaje de clientes que son compradores repetidos. Este número debe permanecer estable o aumentar con el tiempo. Un índice de retención a la baja es causa de preocupación inmediata.

2.4. Definición de términos

Contribución

Es el tributo cuya obligación tiene como hecho generador beneficios derivados de la realización de obras públicas o de actividades estatales.

Contribuyente

Es aquel deudor tributario que realiza o respecto del cual se produce el hecho generador de la obligación tributaria. Se define también como la persona natural o jurídica que tenga patrimonio ejerza actividades económicas o haga uso de un derecho que conforme a ley genere la obligación tributaria.

Impuestos

Es el tributo cuyo cumplimiento no origina una contraprestación directa a favor del contribuyente por parte del estado.

Impuesto de alcabala

Es la realización inmediata y grava las transferencias de propiedad de bienes inmuebles urbanos o rústicos a título oneroso o gratuito, cualquiera sea su forma, inclusive las ventas con reserva de dominio.

Impuesto al patrimonio vehicular

Grava la propiedad de vehículos nacionales o importados, con antigüedad no mayor de 3 años. Es de periodicidad anual, grava la propiedad de los vehículos automóviles, camionetas, Station Wagon, camiones, buses y ómnibuses, con una antigüedad no mayor de 3 años, contados a partir de su primera inscripción en el Registro de Propiedad Vehicular.

Impuesto a los espectáculos públicos no deportivos

El impuesto a los espectáculos públicos no deportivos, grava el monto que se abona por presenciar o participar en espectáculos públicos no deportivos en locales y parques cerrados.

La satisfacción del usuario

La satisfacción del usuario influye de manera determinante en el comportamiento, organización de prestar servicios de buena calidad, al posicionamiento institucional en el mercado y sociedad en el hecho de que el usuario procure o no procure los servicios ofertados, según su disponibilidad de pago, el seguir las instrucciones del prestador de servicios y el recomendar la marca a los demás.

La calidad de servicio

La calidad de servicio es la satisfacción de los clientes con respecto a cualquier servicio dado o artículo fabricado y según cualquier criterio, si es que tiene alguna opinión que ofrecer, mostrará una distribución que va desde la insatisfacción extrema a la mayor complacencia de gran satisfacción.

Satisfacción del cliente

La satisfacción del cliente se ve determinada por lo que el cliente tuvo que ceder o sacrificar (dinero, tiempo, etc.) a cambio del servicio. La satisfacción entonces se vuelve una respuesta emocional del consumidor derivada de la comparación de las recompensas (percepción de la calidad del servicio, percepción de los tangibles en el servicio, etc.) y costos con relación a las expectativas.

Servicio

Un servicio es el resultado de la aplicación de esfuerzos humanos o mecánicos a personas u objetos. Los servicios se refieren a un hecho, un desempeño o un esfuerzo que no es posible poseer físicamente.

Sujeto pasivo

Es sujeto pasivo en calidad de contribuyente: Comprador del inmueble, o Adquirente del inmueble.

Tasa

Es el tributo cuya obligación tiene como hecho generador la prestación efectiva por el estado de un servicio público individualizado en el contribuyente.

Usuario

El usuario es el protagonista indiscutible del estudio de cualquier proceso informativo porque sus características individuales y su contexto de referencia laboral, social, económica o político, son aspectos que determinarán su comportamiento con relación a la información.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

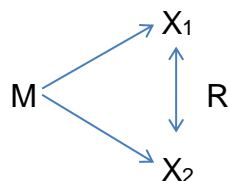
3.1. Caracterización o tipo del diseño

El tipo de estudio es básico, porque parte de un marco teórico y permanece en él, es más, la investigación, incorpora información primaria para enriquecer el conocimiento Bunge (1972).

3.2. Diseño de investigación

La presente investigación es de diseño no experimental. Según Kerlinger(1988) se trata de un diseño no experimental, ya que se trata de una indagación empírica y sistemática en el cual el investigador no tiene control directo sobre las variables independientes.

Asimismo, el nivel de investigación es correlacional; porque estudia la relación entre las variables 1 y 2, es decir estudia la correlación entre las variables (Hernández, Fernández, & Batista, 2014):



Dónde:

- M : Muestra
- X₁ : Variable Estrés Laboral
- X₂ : Variable Productividad
- R : Relación entre ambas variables

3.3. Población y muestra de estudio

3.3.1. Población

La población de estudio estuvo representada por la nómina de contribuyentes al término del ejercicio 2016 que asciende a 19 728 contribuyentes.

Existen 3 tipos de contribuyentes dentro de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, que a continuación se pasa a detallar:

- Gracos (grandes contribuyentes).- Son aquellos cuyas bases imponibles son superiores a 107,93 UIT, es decir mas de S/.426 292,01 (UIT para el año 2016 S/ 3 950,00), lo que implica que su pago de impuesto predial es superior a S/ 3 077,93 soles, por lo general son contribuyentes que tienen varias propiedades, es por eso que su base imponible se eleva porque el impuesto predial es acumulativo. Dentro de la Municipalidad este tipo de contribuyentes representa el 24 %, es decir 4 735 contribuyentes.
- Mecos (medianos contribuyentes).- Son aquellos cuyas bases imponibles son superiores a 53,30 UIT e inferior a 107,92 UIT, es decir entre S/ 210 496,01 y S/ 426 292,00 (UIT para el año 2016 S/ 3 950,00), lo que implica que su pago de impuesto predial es mas de S/ 1 025,99 y menos de S/ 3 077,92 soles. Dentro de la Municipalidad este tipo de contribuyentes representa el 32 %, es decir 6 313 contribuyentes.
- Pecos (pequeños contribuyentes).- Son aquellos cuyas bases imponibles son superiores a 13,00 UIT e inferior a 53,29 UIT, es decir entre S/ 51 299,01 y S/ 210 496,00 (UIT para el año 2016 S/ 3 950,00), lo que implica que su pago de impuesto predial es mas de S/ 102,61 y menos de S/ 1 025,98 soles. Dentro de la Municipalidad este tipo de contribuyentes representa el 44 %, es decir 8 680 contribuyentes.

3.3.2. Muestra

La muestra de estudio estuvo constituida por 377 contribuyentes, los cuales se seleccionaron en forma aleatoria. Esta distribución se encuentra plasmada en la siguiente tabla:

$$n = \frac{N * Z_{1-\alpha/2}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{1-\alpha/2}^2 * p * q}$$

Marco muestral	N =	19 728
Alfa (Máximo error tipo I)	α =	0,050
Nivel de confianza	$1 - \alpha/2$ =	0,975
Z de (1- $\alpha/2$)	Z (1- $\alpha/2$) =	1,960
Prevalencia de la enfermedad	p =	0,500
Complemento de p	q =	0,500
Precisión	d =	0,050

Tamaño de la muestra	n =	376,83
----------------------	-----	--------

Tamaño de la muestra redondeado	n =	377
--	------------	------------

ITEM	CONCEPTO	CANTIDAD	%	MUESTRA POBLACIONAL
01	Grandes contribuyentes (GRACOS)	4 735	24 %	90
02	Medianos contribuyentes (MECOS)	6 313	32 %	121
03	Pequeños contribuyentes (PECOS)	8 680	44 %	166
TOTAL		19 728	100 %	377

3.4. Técnicas e Instrumentos de Investigación:

Para la presente investigación se destaca el uso de las técnicas a la encuesta y para evaluar la percepción de las unidades de estudio se utilizaron dos instrumentos, uno para la variable 1: Calidad de Servicio y otro para la variable 2: Satisfacción de los Contribuyentes. Cada cuestionario de recolección de datos estuvo compuesto por un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios y alcanzar los objetivos del estudio.

Los instrumentos de recolección de datos, contienen preguntas “cerradas”, mediante interrogantes con alternativas u opciones de respuesta que han sido delimitadas previamente. La encuesta sobre la satisfacción de los contribuyentes constó de 21 reactivos y el cuestionario para evaluar la percepción sobre la calidad de servicio igualmente estuvo conformado de 22 reactivos.

3.5. Tratamiento de los datos

La data primaria recogida fue ordenada, tabulada y codificada para luego con el uso de la estadística descriptiva ser representados en cuadros estadísticos. Cada cuadro fue representado gráficamente, para una mejor lectura de los datos. Seguidamente se hizo uso de la Estadística inferencial para las pruebas de hipótesis, para luego proceder al análisis e interpretación para consolidar la información recogida. Asimismo, para el procesamiento de los datos fue necesario el uso del Programa SPSS para Windows versión 24 y el Excel.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS

CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS

Para la confiabilidad o fiabilidad de los instrumentos aplicados se ha hecho uso de una de las herramientas usadas para estos fines, denominada Alpha de Cronbach, cuya valoración fluctúa entre - 1 y 1 como se muestra en la Tabla siguiente:

Tabla 05 ESCALA DE ALPHA DE CRONBACH

Escala	Significado
-1 a 0	No es confiable
0,01 – 0,49	Baja Confiabilidad
0,50 – 0,69	Moderada Confiabilidad
0,70 – 0,89	Fuerte Confiabilidad
0,90 – 1,00	Alta Confiabilidad

Fuente: Cronbach(1951)

4.2. ANÁLISIS DE FIABILIDAD DE LA VARIABLE CALIDAD DEL SERVICIO

Para dicho cálculo se ha hecho uso del SPSS 24, sin reducir ningún elemento; es decir de una sola medida, se presentan a continuación:

Tabla 06. Alpha de Cronbach Calidad del Servicio

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,930	22

Fuente: Encuesta aplicada a los contribuyentes de la
Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa.

Interpretación:

En la Tabla 06 el coeficiente obtenido tiene el valor de 0,930 lo cual significa que el instrumento aplicado a la variable “**Calidad del Servicio**” es de Alta confiabilidad.

4.3. ANÁLISIS DE FIABILIDAD DE LA VARIABLE SATISFACCIÓN DE LOS CONTRIBUYENTES

Tabla 07. Alpha de Cronbach: Satisfacción de los Contribuyentes

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,934	21

Fuente: Encuesta aplicada a los contribuyentes de la
Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa.

Interpretación:

En la Tabla 07 el coeficiente obtenido tiene el valor de 0,934 lo cual significa que el instrumento aplicado a la variable “**Satisfacción de los Contribuyentes**” es de Alta confiabilidad.

DATOS ESTADÍSTICOS SEGÚN LA NATURALEZA DE LA INVESTIGACIÓN

Prueba de normalidad:

a) Prueba de Normalidad para la variable Calidad del Servicio

Planteamiento de hipótesis

H₀: La distribución de la variable calidad del servicio tiene una distribución normal.

H₁: La distribución de la variable calidad del servicio no tiene una distribución normal.

Nivel de significancia: 0,05

Estadístico de prueba: Kolmogorov

Tabla 08. Prueba de Normalidad de Calidad del Servicio

Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra		CALIDAD DEL SERVICIO
N		378
Parámetros normales ^{a,b}	Media	2,1085
	Desviación estándar	,44469
Máximas diferencias extremas	Absoluta	,438
	Positivo	,438
	Negativo	-,353
Estadístico de prueba		,438
Sig. asintótica (bilateral)		,000 ^c

- a. La distribución de prueba es normal.
- b. Se calcula a partir de datos.
- c. Corrección de significación de Lilliefors.

Regla de decisión

$P(\text{sig asintot}) < 0,05$: rechazar la H_0

$P(\text{sig asintot}) > 0,05$: No rechazar la H_0

SIG o P-valor: 0,000

Decisión estadística:

0,000 < 0,05; por tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, es decir los datos de la variable calidad del servicio no tiene una distribución normal.

Interpretación:

En la Tabla 08, la variable calidad del servicio, sus datos no presenta una distribución normal, en consecuencia los estadísticos de prueba serán para variables cualitativas.

b) Prueba de normalidad para la variable Satisfacción de los Contribuyentes.

Planteamiento de hipótesis

H₀: La distribución de la variable satisfacción de los contribuyentes tiene una distribución normal.

H₁: La distribución de la variable satisfacción de los contribuyentes no tiene una distribución normal.

Nivel de significancia: 0,05

Estadístico de prueba: Kolmogorov

Tabla 09. Prueba de Normalidad de Satisfacción de los Contribuyentes

Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra		
		SATISFACCIÓN DEL CONTRIBUYENTE
N		378
Parámetros normales ^{a,b}	Media	2,0847
	Desviación estándar	,44091
Máximas diferencias extremas	Absoluta	,433
	Positivo	,433
	Negativo	-,366
Estadístico de prueba		,433
Sig. asintótica (bilateral)		,000 ^c

a. La distribución de prueba es normal.

b. Se calcula a partir de datos.

c. Corrección de significación de Lilliefors.

Regla de decisión

P (sig asintot) < 0,05: rechazar la H₀

P (sig asintot) > 0,05: No rechazar la H₀

SIG o P-valor: 0,000

Decisión estadística:

0,000 <0,05; por tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna es decir los datos de la variable satisfacción de los contribuyentes no tienen una distribución normal.

Interpretación:

En la Tabla 09, la variable satisfacción de los contribuyentes, sus ítems no siguen una distribución normal, en consecuencia los estadísticos de prueba serán para variables cualitativas.

4.4. ANÁLISIS CRUZADO DE LAS VARIABLES DE ESTUDIO

Tabla 10. Análisis cruzado de las variables de estudio

			SATISFACCIÓN DEL CONTRIBUYENTE			Total
			Bajo Nivel de Satisfacción de Contribuyentes	Regular Nivel de Satisfacción de Contribuyentes	Alto Nivel de Satisfacción de Contribuyentes	
CALIDAD DEL SERVICIO	Mala Calidad del Servicio	Recuento	6	7	6	19
		% del total	1,6%	1,9%	1,6%	5,0%
	Regular Calidad del Servicio	Recuento	13	274	12	299
		% del total	3,4%	72,5%	3,2%	79,1%
	Buena Calidad del Servicio	Recuento	3	21	36	60
		% del total	0,8%	5,6%	9,5%	15,9%
Total		Recuento	22	302	54	378
		% del total	5,8%	79,9%	14,3%	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa., Región Tacna, 2017

Elaboración: Propia

Interpretación:

Lo que se aprecia en la Tabla 10, en relación a la variable satisfacción de los contribuyentes, 40 de los encuestados que representa el (66,7 %) calificaron de Satisfacción Regular; y en relación a la Variable Calidad de Servicio con 43 entrevistados que representan el 71,7 % manifestaron de **Regular la Calidad del Servicio.**

4.5. ANÁLISIS DE LAS DIMENSIONES ELEMENTOS TANGIBLES

Tabla 11. Dimensión Elementos Tangibles

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malos elementos tangibles	5	1,3	1,4	1,4
	Regulares elementos tangibles	158	41,8	45,1	46,6
	Buenos elementos tangibles	187	49,5	53,4	100,0
	Total	350	92,6	100,0	
Perdidos	Sistema	28	7,4		
Total		378	100,0		

Fuente: Encuesta aplicada a los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa., Región Tacna, 2017.

Tabla 12. Escala de valoración de la Dimensión

Niveles	Puntaje
Malos elementos tangibles	[04 – 09)
Regulares elementos tangibles	[10 – 15)
Malos elementos tangibles	[16 – 20]

Fuente: Encuesta aplicada a los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa., Región Tacna, 2017.

Elaboración: Propia

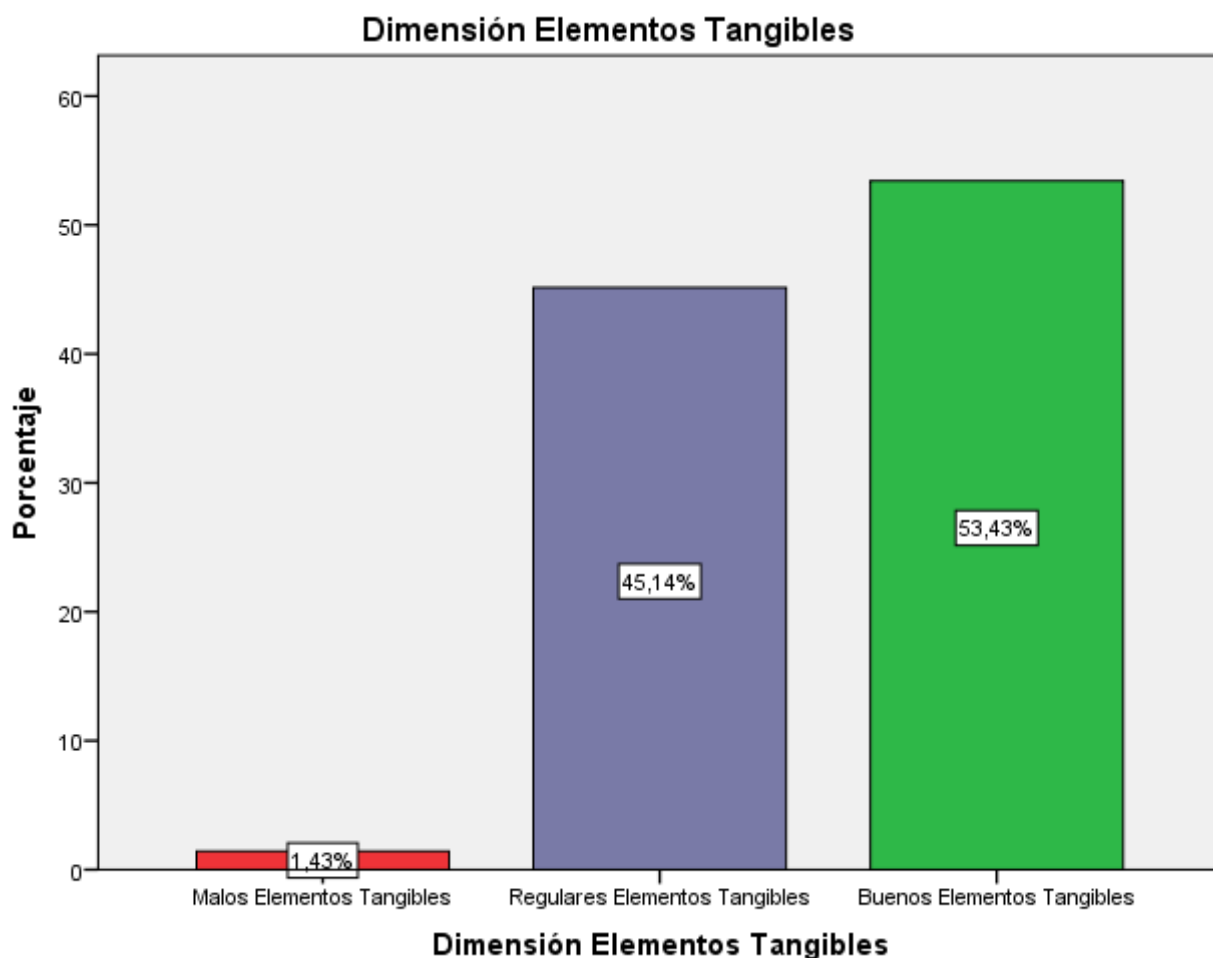


Figura 05. Dimensión Elementos Tangibles
Fuente: Tabla 11

Interpretación:

Los resultados de la Tabla 11 y Figura 5 representan el comportamiento Bueno de la dimensión denominada “Elementos Tangibles” de la variable “Calidad del Servicio”. El resultado obtenido fue de: Buenos Elementos Tangibles con un 53,43 %, seguido de Regulares Elementos Tangibles con el 45,14 %.

4.6. ANÁLISIS DE DIMENSIÓN FIABILIDAD

Tabla 13. Dimensión Fiabilidad

		Dimensión Fiabilidad			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo nivel de fiabilidad	29	7,7	7,7	7,7
	Regular nivel de fiabilidad	321	84,9	84,9	92,6
	Alto nivel de fiabilidad	28	7,4	7,4	100,0
	Total	378	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa., Región Tacna, 2017.

Tabla 14. Escala de valoración de la Dimensión

Niveles	Puntaje
Bajo nivel de fiabilidad	[05 – 12)
Regular nivel de fiabilidad	[13 – 20)
Alto nivel de fiabilidad	[21 – 25]

Fuente: Encuesta aplicada a los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa., Región Tacna, 2017.
Elaboración: Propia

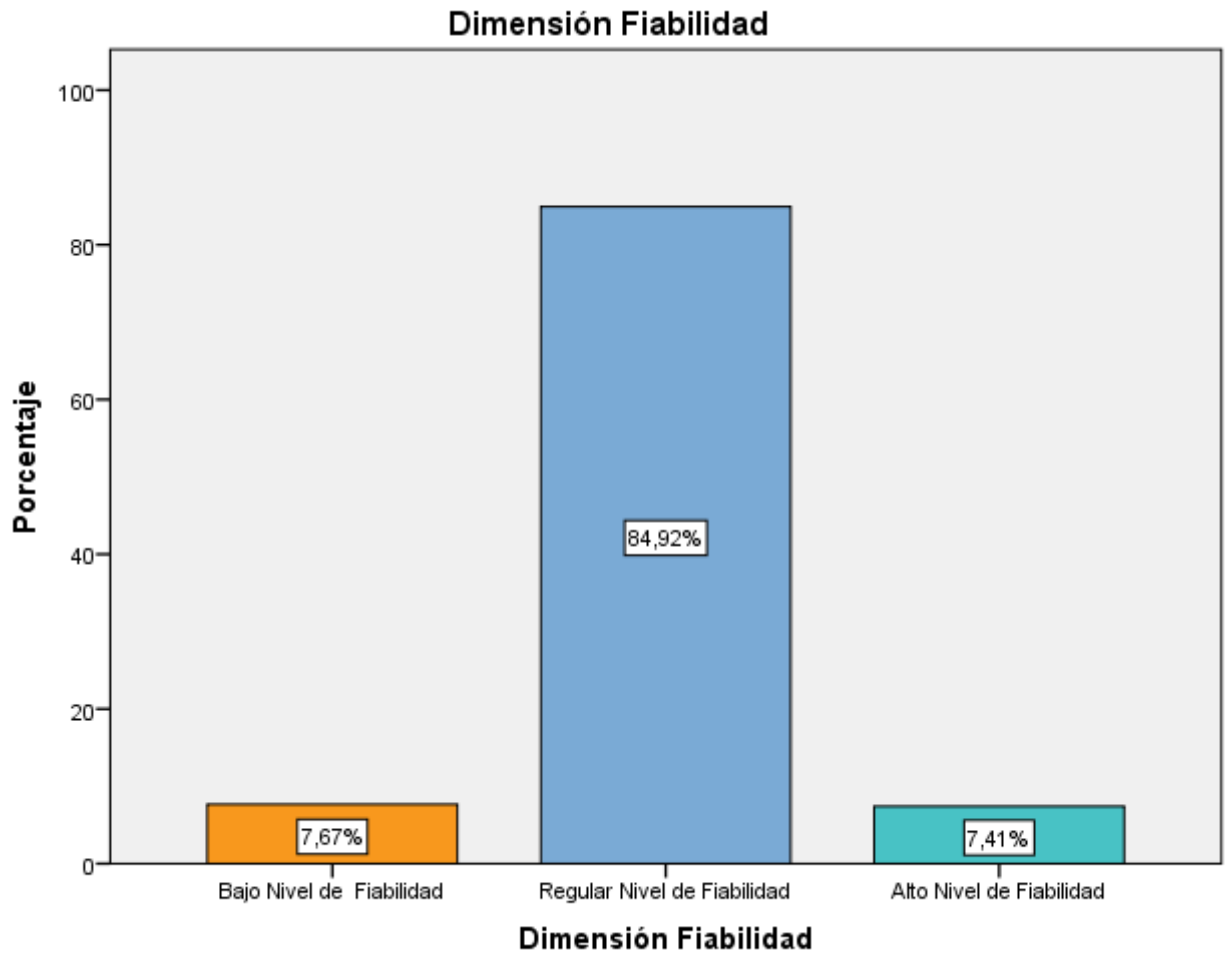


Figura 06. Niveles de Dimensión Fiabilidad
Fuente: Tabla 13

Interpretación:

Los resultados de la Tabla 13 y Figura 06 representan el comportamiento Regular de la dimensión denominada "Fiabilidad" de la variable "Calidad del Servicio". El resultado obtenido fue de: Regular Nivel con un 84,92 %; seguido de Bajo nivel de Fiabilidad con el 7,67 %.

4.7. ANÁLISIS DE DIMENSIÓN CAPACIDAD DE RESPUESTA

Tabla 15. Dimensión Capacidad de Respuesta

Dimensión Capacidad de Respuesta

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Baja capacidad de respuesta	29	7,7	7,7	7,7
	Regular capacidad de respuesta	293	77,5	77,5	85,2
	Alta capacidad de respuesta	56	14,8	14,8	100,0
	Total	378	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa., Región Tacna, 2017.

Tabla 16. Escala de valoración de la Dimensión

Niveles	Puntaje
Baja capacidad de respuesta	[04 – 09)
Regular capacidad de respuesta	[10 – 15)
Alta capacidad de respuesta	[16 – 20]

Fuente: Encuesta aplicada a los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa., Región Tacna, 2017.

Elaboración: Propia

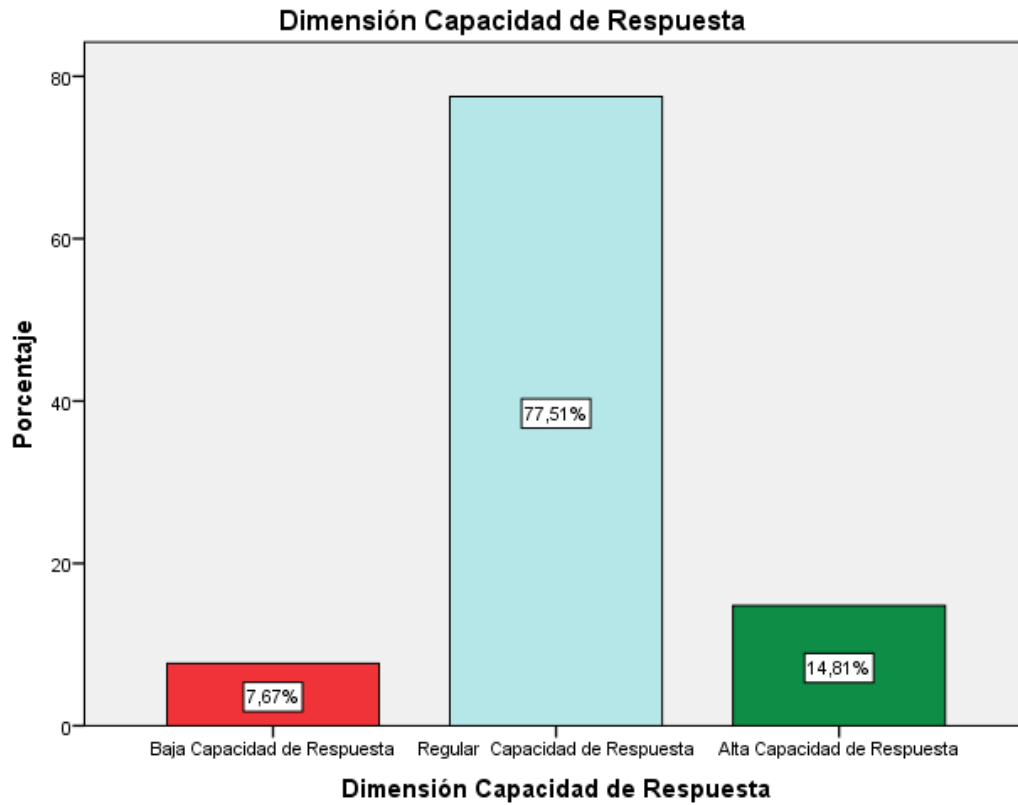


Figura 07. Niveles de Capacidad de Respuesta

Fuente: Tabla 15

Interpretación:

Los resultados de la Tabla 15 y Figura 07 representan el comportamiento Regular de la dimensión denominada “Capacidad de Respuesta” de la variable “Calidad del Servicio”. El resultado obtenido fue de: Regular Nivel con un 77,51 %, seguido de Alta Capacidad de Respuesta con el 14,81 %.

4.8. ANÁLISIS DE LA DIMENSIÓN DE SEGURIDAD

Tabla 17. Dimensión Seguridad

		Dimensión Seguridad			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo nivel de seguridad	20	5,3	5,3	5,3
	Regular nivel de seguridad	302	79,9	79,9	85,2
	Alto nivel de seguridad	56	14,8	14,8	100,0
	Total	378	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa., Región Tacna, 2017.

Tabla 18. Escala de valoración de la Dimensión

Niveles	Puntaje
Bajo nivel de seguridad	[04 – 09)
Regular nivel de seguridad	[10 – 15)
Alto nivel de seguridad	[16 – 20]

Fuente: Encuesta aplicada a los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa., Región Tacna, 2017.

Elaboración: Propia

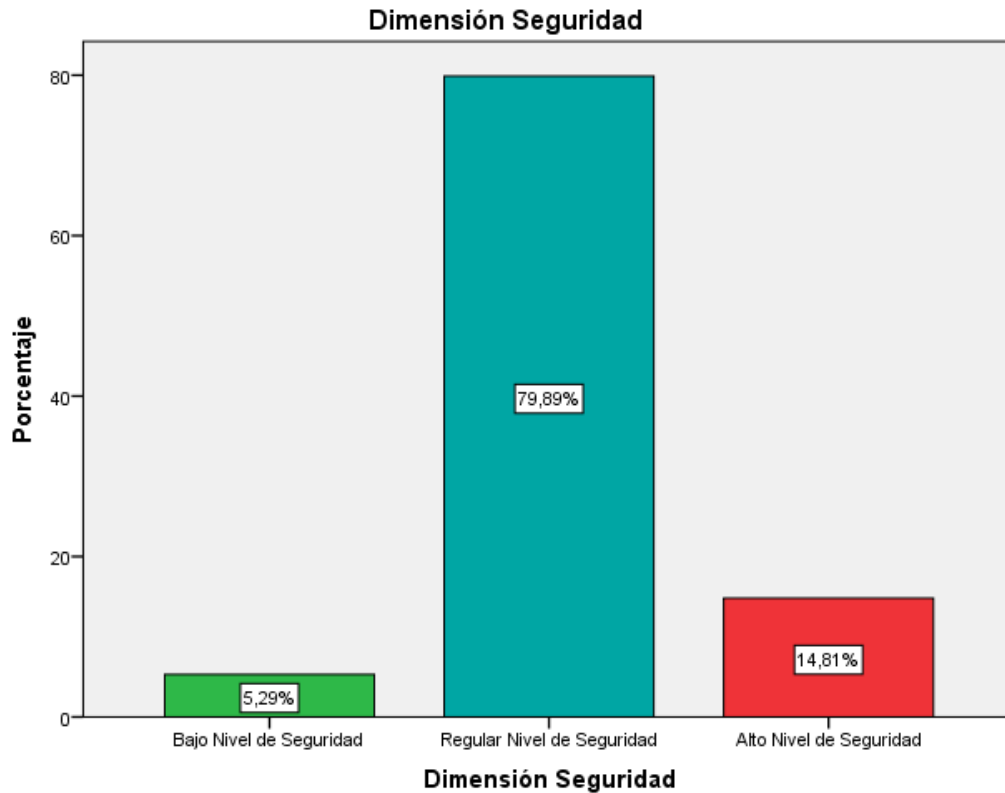


Figura 08. Niveles de Seguridad

Fuente: Tabla 17

Interpretación:

Los resultados de la Tabla 17 y Figura 08 representan el comportamiento Regular de la dimensión denominada “Seguridad” de la variable “Calidad del Servicio”. El resultado obtenido fue de: Regular Nivel con un 79,89 %, seguido de Alto Nivel de Seguridad con el 14,81 %.

4.9. ANÁLISIS DE LAS DIMENSIONES EMPATÍA:

Tabla 19. Dimensión Empatía

		Dimensión Empatía		Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
		Frecuencia	Porcentaje		
Válido	Bajo nivel de empatía	34	9,0	9,0	9,0
	Regular nivel de empatía	306	81,0	81,0	89,9
	Alto nivel de empatía	38	10,1	10,1	100,0
	Total	378	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa., Región Tacna, 2017.

Tabla 20. Escala de valoración de la Dimensión

Niveles	Puntaje
Bajo nivel de empatía	[05 – 12)
Regular nivel de empatía	[13 – 20)
Alto nivel de empatía	[21 – 25]

Fuente: Encuesta aplicada a los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, 2017.

Elaboración: Propia

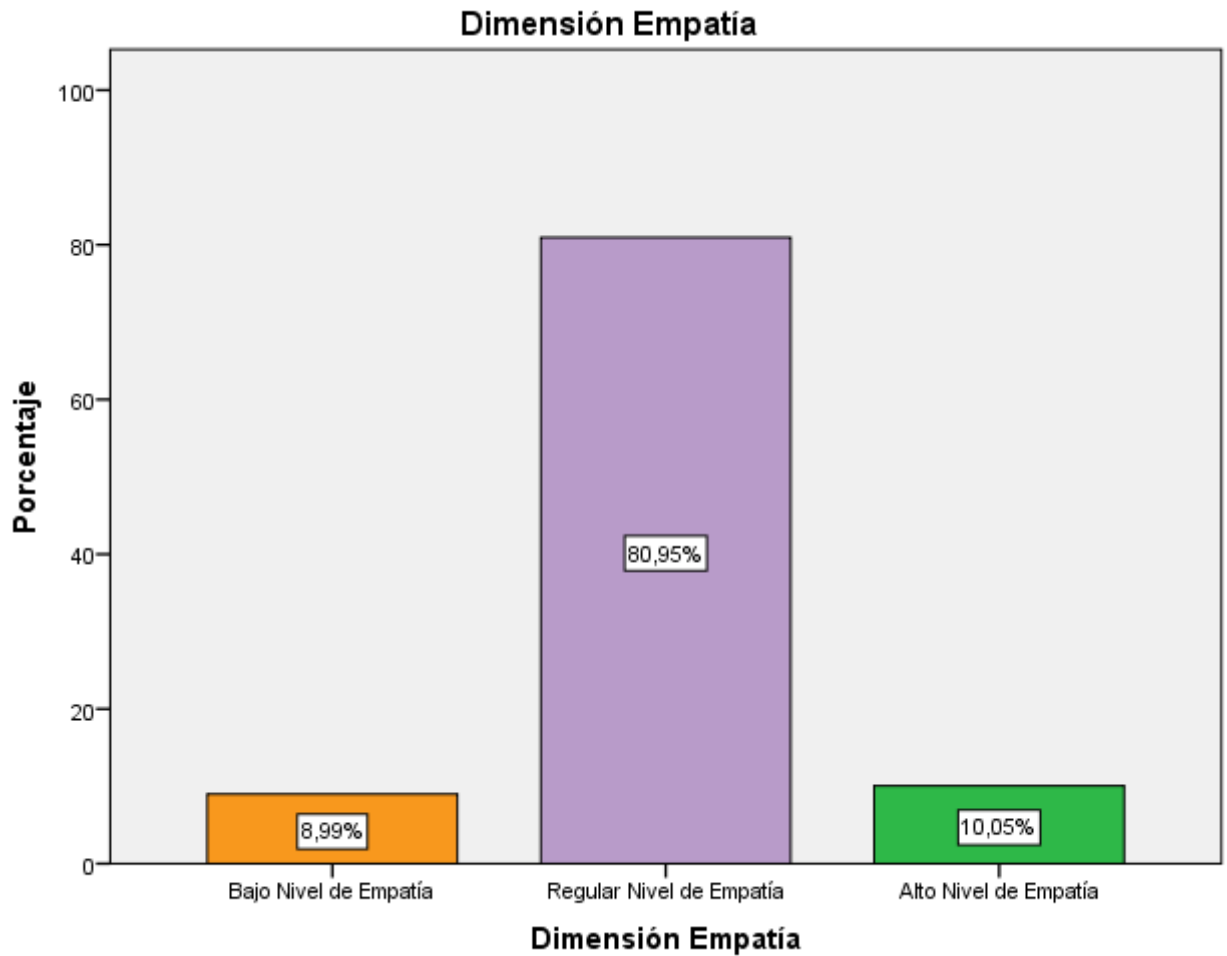


Figura 09. Niveles de Empatía

Fuente: Tabla 19

Interpretación:

Los resultados de la Tabla 19 y Figura 09 representan el comportamiento Regular de la de la dimensión “Empatía”. El resultado obtenido fue de: Regular Nivel con un 80,95 %, seguido de un Alto Nivel de Empatía con el 10,05 %.

4.10. RESULTADOS DE LA VARIABLE CALIDAD DEL SERVICIO

Tabla 21. Variable Calidad del Servicio

CALIDAD DEL SERVICIO					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mala Calidad del Servicio	19	5,0	5,0	5,0
	Regular Calidad del Servicio	299	79,1	79,1	84,1
	Buena Calidad del Servicio	60	15,9	15,9	100,0
	Total	378	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, 2017.

Tabla 22. Escala de valoración de la Dimensión

Niveles	Puntaje
Mala Calidad del Servicio	[22 – 51)
Regular Calidad del Servicio	[52 – 81)
Buena Calidad del Servicio	[82 – 110]

Fuente: Encuesta aplicada a los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, 2017.

Elaboración: Propia

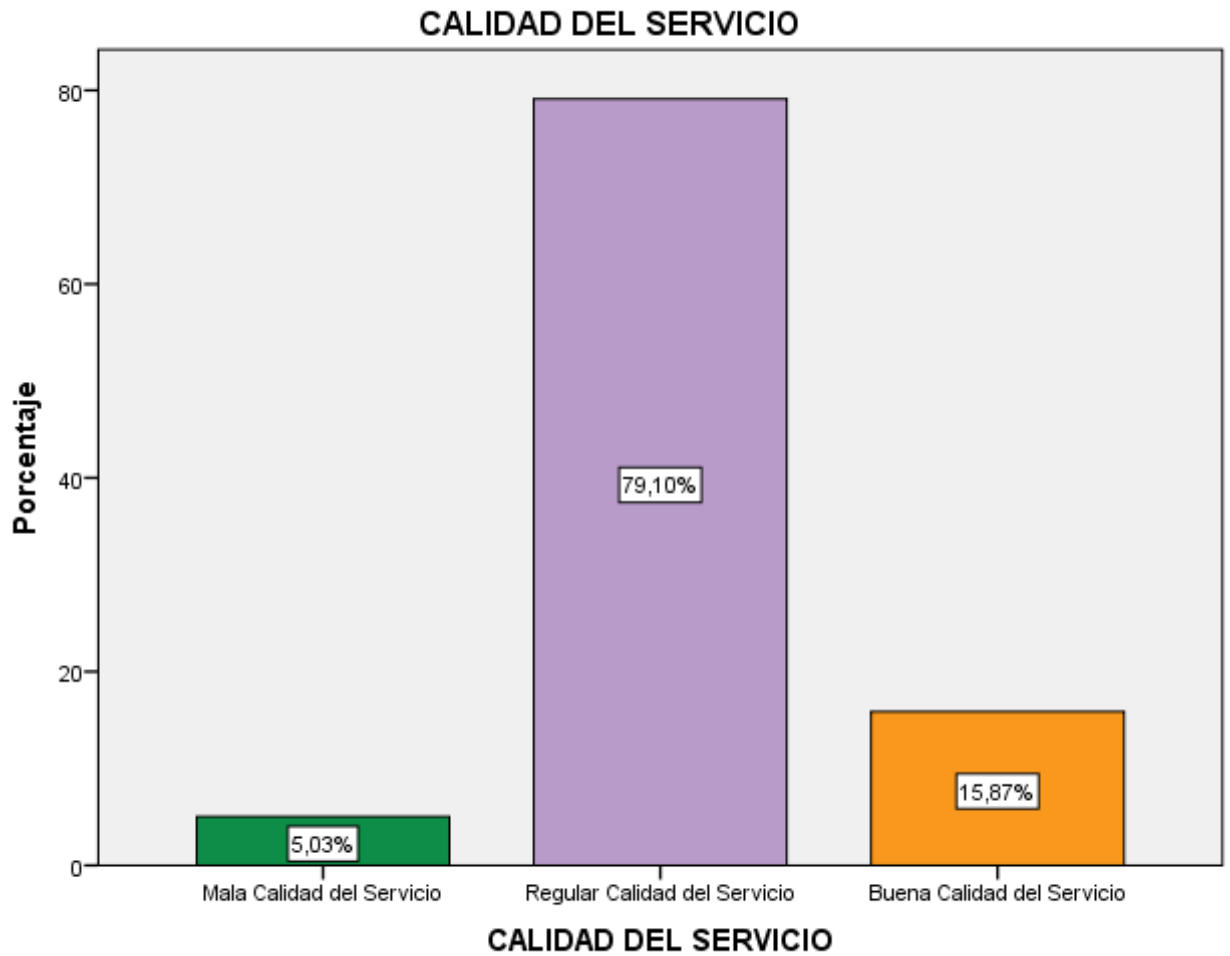


Figura 10. Calidad del Servicio

Fuente: Tabla 21

Interpretación:

Los resultados de la Tabla 21 y Figura 10 representan el comportamiento Regular de la Variable “Calidad del Servicio”. El resultado obtenido fue de: Regular con un 79,10 %, seguido de una Buena Calidad del Servicio con el 15,87 %.

4.11. ANÁLISIS DE LAS DIMENSIONES DE LA VARIABLE SATISFACCIÓN DE LOS CONTRIBUYENTES

4.11.1. ANÁLISIS DE LA DIMENSIÓN CALIDAD FUNCIONAL PERCIBIDA

Tabla 23. Dimensión Calidad Funcional Percibida:

		Dimensión Calidad Funcional			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Baja calidad funcional	22	5,8	5,8	5,8
	Regular calidad funcional	298	78,8	78,8	84,7
	Alta calidad funcional	58	15,3	15,3	100,0
	Total	378	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, 2017.

Tabla 24. Escala de valoración de la Dimensión

Niveles	Puntaje
Baja calidad funcional	[05 – 11)
Regular calidad funcional	[12 – 18)
Buena calidad funcional	[19 – 25]

Fuente: Encuesta aplicada a los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, 2017.

Elaboración: Propia

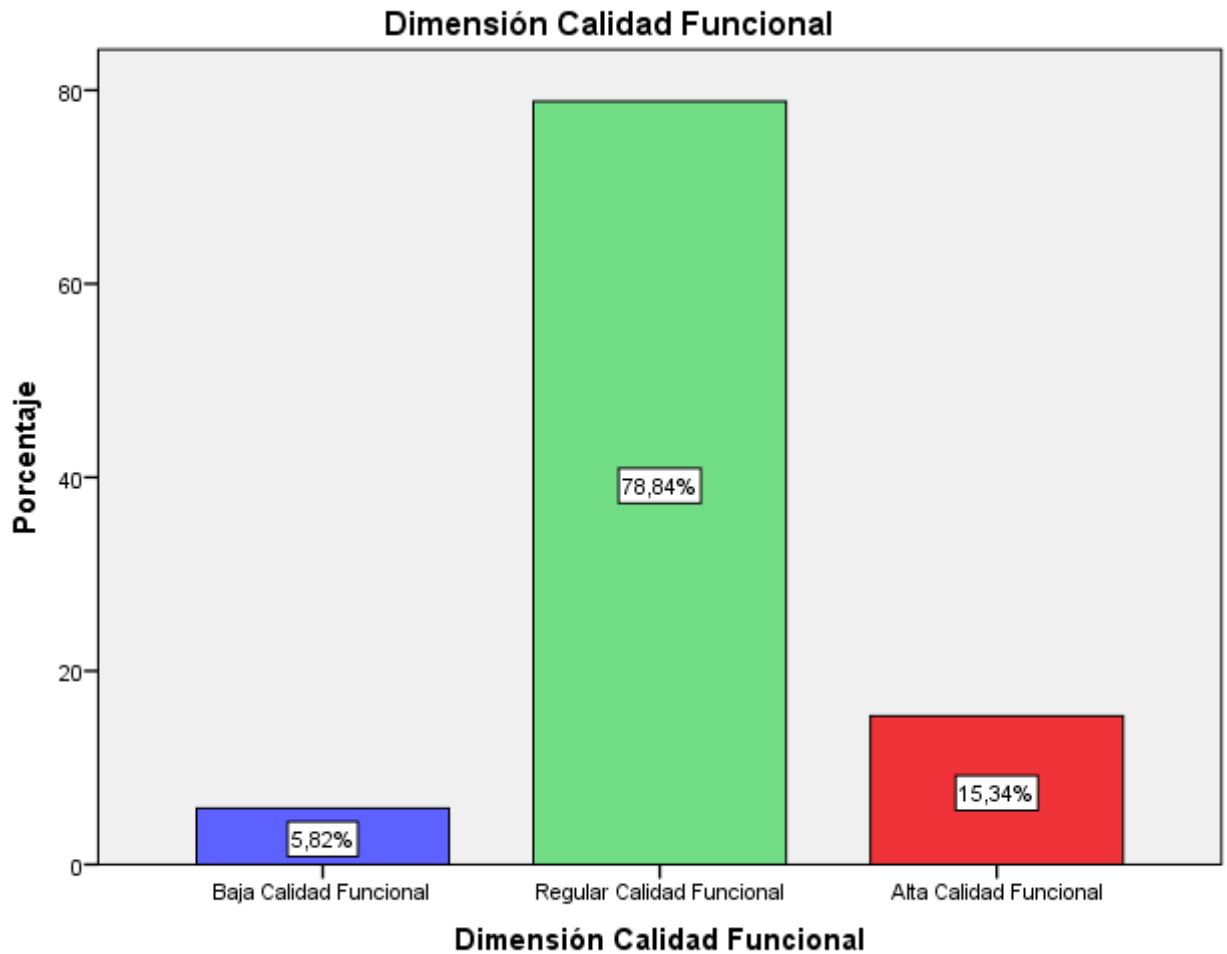


Figura 11. Niveles de dimensión calidad funcional

Fuente: Tabla 23

Interpretación:

Los resultados de la Tabla 23 y Figura 11 representan el comportamiento Regular de la dimensión denominada “Calidad Funcional” de la variable “Satisfacción de los Contribuyentes”. El resultado obtenido fue de: Regular Calidad con un 78,64 %, seguido de Alta Calidad Funcional con el 15,34 %.

4.11.2. ANÁLISIS DE LA DIMENSIÓN CALIDAD TÉCNICA

Tabla 25. Dimensión Calidad Técnica

		Dimensión Calidad Técnica			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mala calidad técnica	33	8,7	8,7	8,7
	Regular calidad técnica	316	83,6	83,6	92,3
	Buena calidad técnica	29	7,7	7,7	100,0
	Total	378	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, 2017.

Tabla 26. Escala de valoración de la Dimensión

Niveles	Puntaje
Mala calidad técnica	[03 – 07)
Regular calidad técnica	[08 – 12)
Buena calidad técnica	[13 – 15]

Fuente: Encuesta aplicada a los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, 2017

Elaboración: Propia

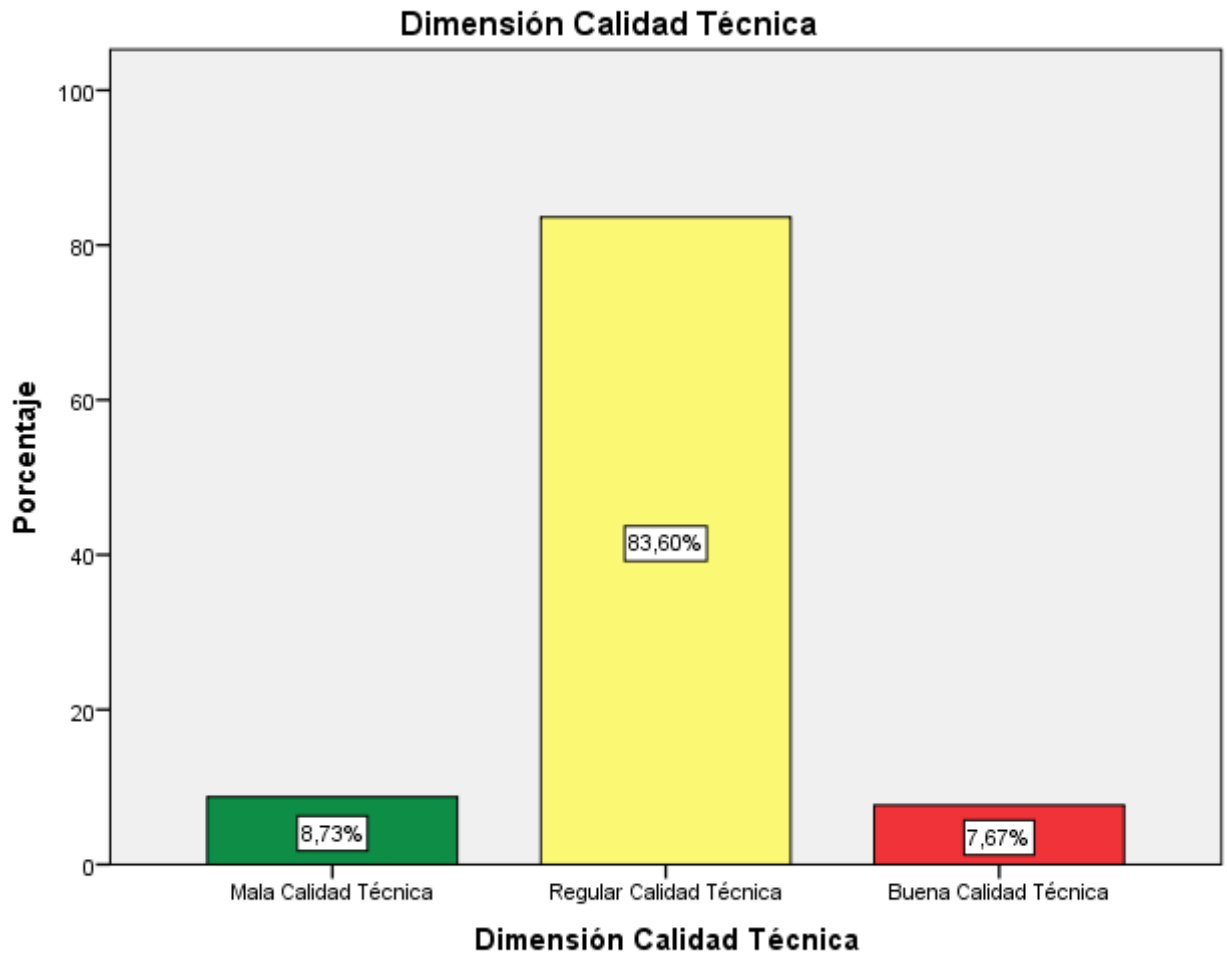


Figura 12. Niveles de Calidad Técnica

Fuente: Tabla 25

Interpretación:

Los resultados de la Tabla 25 y Figura 12 representan el comportamiento Regular de la dimensión denominada “Calidad Técnica” de la variable “Satisfacción de los Contribuyentes”. El resultado obtenido fue de: Regular Calidad Técnica con un 83,60 %, seguido de un Mala Calidad Técnica con el 8,73 %.

4.11.3. ANÁLISIS DE LA DIMENSIÓN VALOR PERCIBIDO

Tabla 27. Dimensión Valor Percibido

		Dimensión Valor Percibido			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo valor percibido	18	4,8	4,8	4,8
	Regular valor percibido	303	80,2	80,2	84,9
	Alto valor percibido	57	15,1	15,1	100,0
	Total	378	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, 2017.

Tabla 28. Escala de valoración de la Dimensión

Niveles	Puntaje
Baja valor percibido	[05 – 11)
Regular valor percibido	[12 – 18)
Alto valor percibido	[19 – 25]

Fuente: Encuesta aplicada a los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, 2017.

Elaboración: Propia

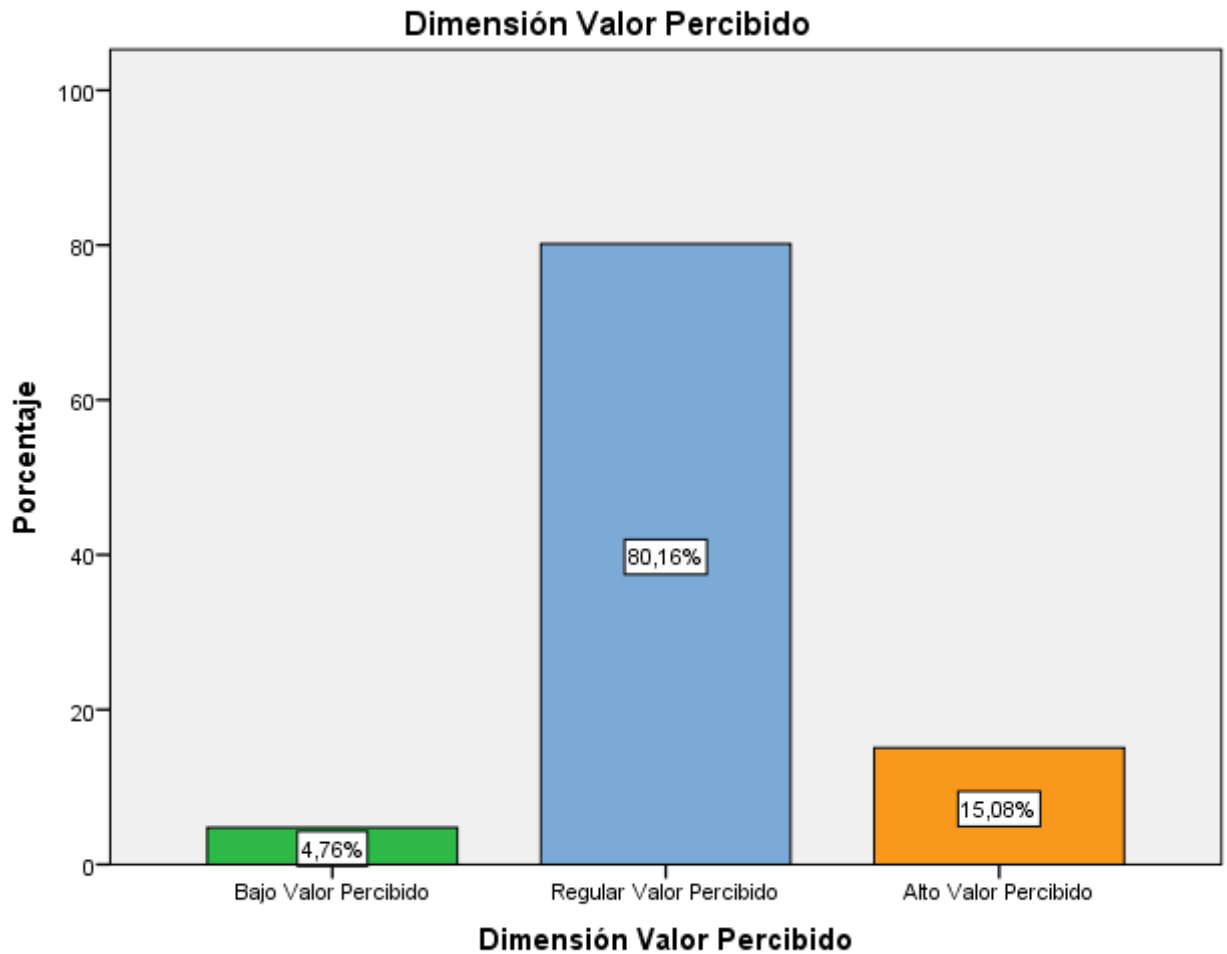


Figura 13. Niveles de valor percibido

Fuente: Tabla 27

Interpretación:

Los resultados de la Tabla 27 y Figura 13 representan el comportamiento Regular de la dimensión denominada “Valor Percibido” de la variable “Satisfacción de los Contribuyentes”. El resultado obtenido fue de: Regular Valor Percibido con un 80,16 %, seguido de un Alto Valor Percibido con el 15,08 %.

4.11.4. ANÁLISIS DE LA DIMENSIÓN CONFIANZA

Tabla 29. Dimensión Confianza

		Dimensión Confianza			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo nivel de confianza	21	5,6	5,6	5,6
	Regular nivel de confianza	303	80,2	80,2	85,7
	Alto nivel de confianza	54	14,3	14,3	100,0
	Total	378	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, 2017.

Tabla 30. Escala de valoración de la Dimensión

Niveles	Puntaje
Baja nivel de confianza	[05 – 11)
Regular nivel de confianza	[12 – 18)
Alta nivel de confianza	[19 – 25]

Fuente: Encuesta aplicada a los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, 2017.

Elaboración: Propia

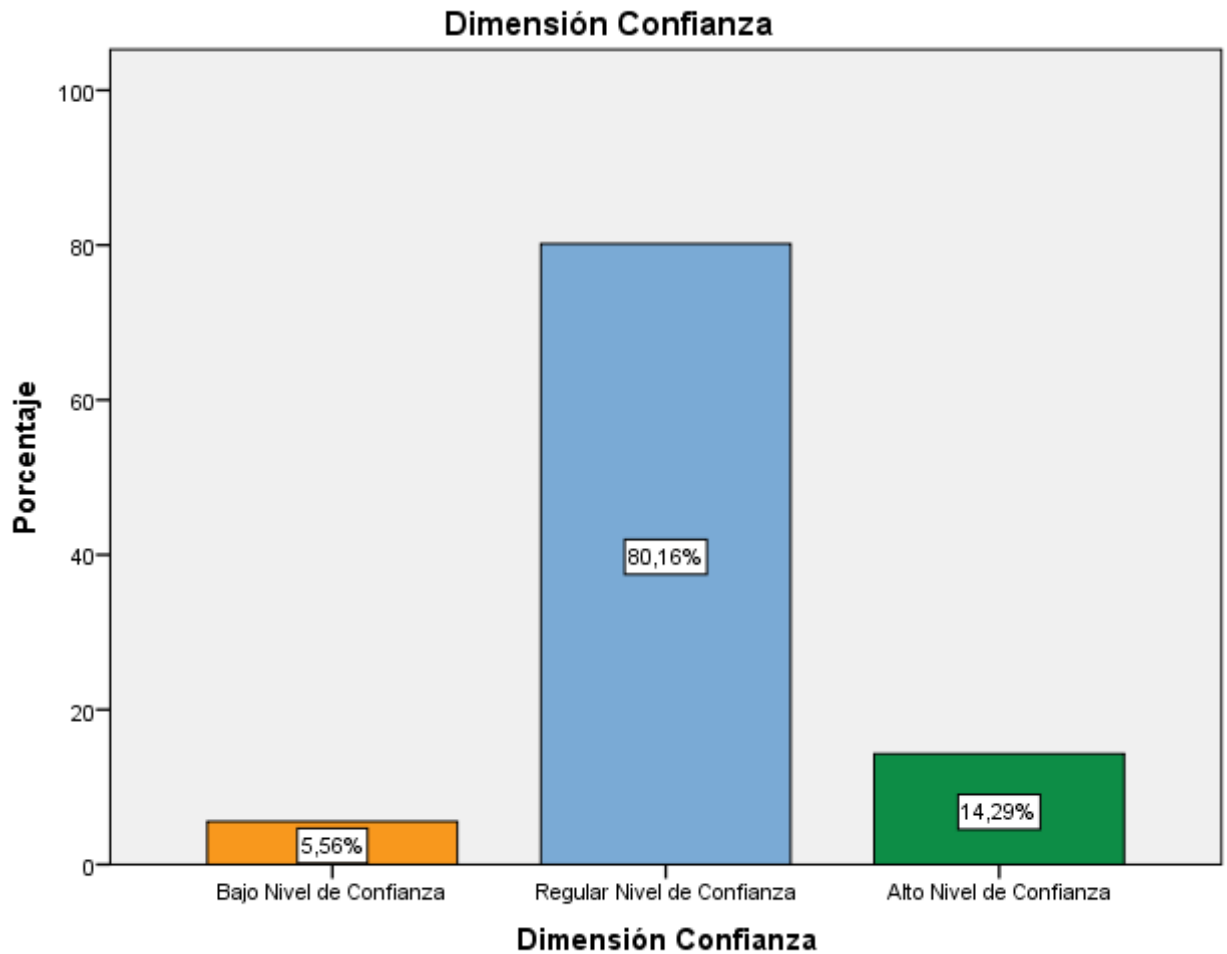


Figura 14. Niveles de dimensión confianza

Fuente: Tabla 29

Interpretación:

Los resultados de la Tabla 29 y Figura 14 representan el comportamiento Regular de la dimensión denominada “Confianza” de la variable “Satisfacción de los Contribuyentes”. El resultado obtenido fue de: Regular Nivel de Confianza con un 80,16 %, seguido de Alto Nivel de Confianza con el 14,29 %.

4.11.5. ANÁLISIS DE LA DIMENSIÓN EXPECTATIVAS

Tabla 31. Dimensión Expectativas

		Dimensión Expectativas			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo nivel de expectativas	24	6,3	6,3	6,3
	Regular nivel de expectativas	324	85,7	85,7	92,1
	Alto nivel de expectativas	30	7,9	7,9	100,0
	Total	378	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, 2017.

Tabla 32. Escala de valoración de la Dimensión

Niveles	Puntaje
Baja nivel de expectativas	[03 – 07)
Regular nivel de expectativas	[08 – 12)
Alto nivel de expectativas	[13 – 15]

Fuente: Encuesta aplicada a los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, 2017.

Elaboración: Propia

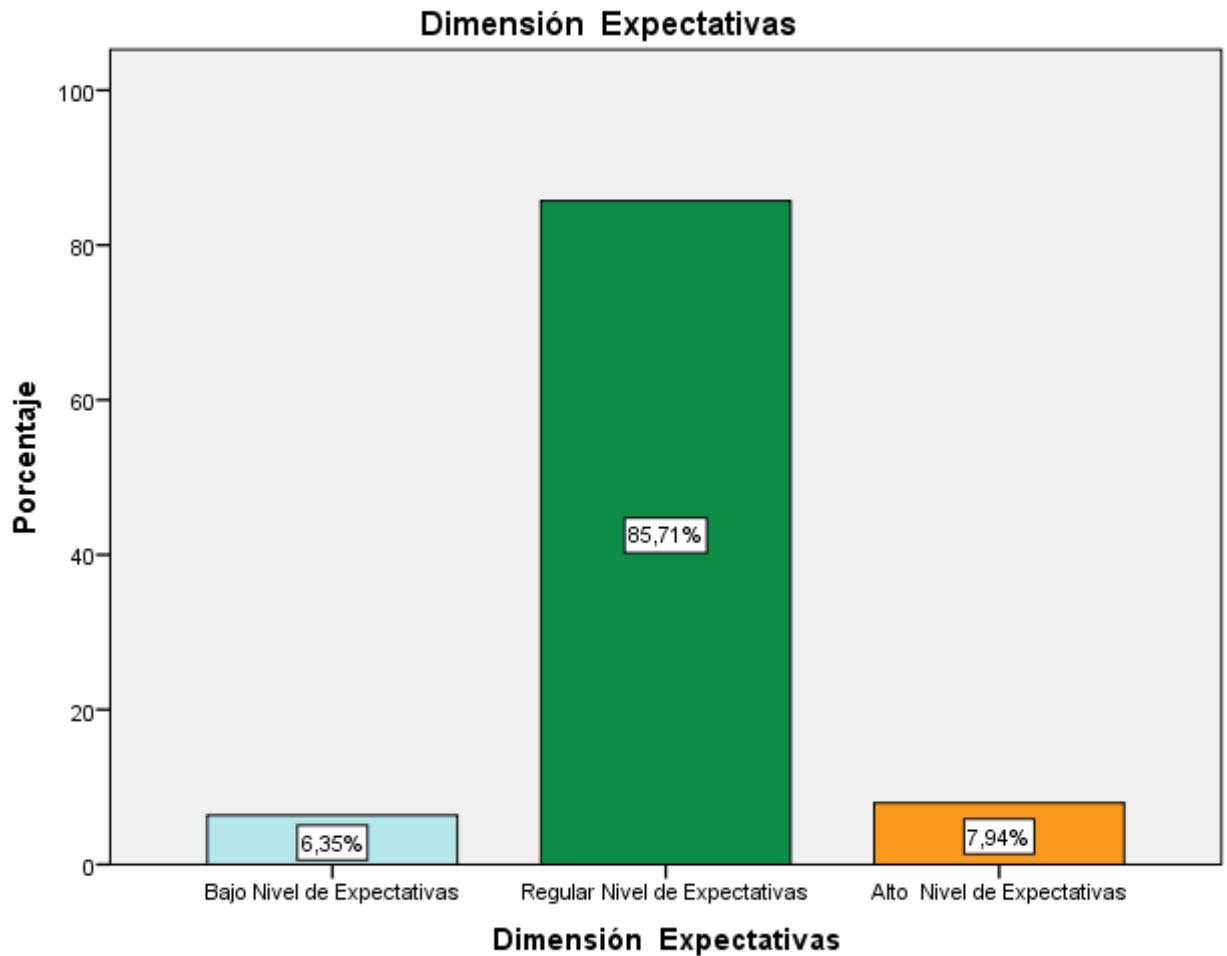


Figura 15. Niveles de Dimensión Expectativas

Fuente: Tabla 31

Interpretación:

Los resultados de la Tabla 31 y Figura 15 representan el comportamiento Regular de la dimensión denominada “Expectativas” de la variable “Satisfacción de los Contribuyentes”. El resultado obtenido fue de: Regular Nivel de Expectativas con un 85,71 %, seguido de Alta Calidad del Servicio con el 7,94 %.

4.12. RESULTADOS DE LA VARIABLE SATISFACCIÓN DE LOS CONTRIBUYENTES

Tabla 33: Frecuencia de la Variable Satisfacción de los Contribuyentes

		SATISFACCIÓN DEL CONTRIBUYENTE			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo Nivel de Satisfacción de Contribuyentes	22	5,8	5,8	5,8
	Regular Nivel de Satisfacción de Contribuyentes	302	79,9	79,9	85,7
	Alto Nivel de Satisfacción de Contribuyentes	54	14,3	14,3	100,0
	Total	378	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, 2017.

Tabla 34. Escala de valoración de la Variable Satisfacción de los Contribuyentes

Niveles	Puntaje
Bajo Nivel de Satisfacción de los Contribuyentes	[21 – 49)
Regular Nivel de Satisfacción de los Contribuyentes	[50 – 78)
Alto Nivel de Satisfacción de los Contribuyentes	[79 – 105]

Fuente: Encuesta aplicada a los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, 2017.
Elaboración: Propia.

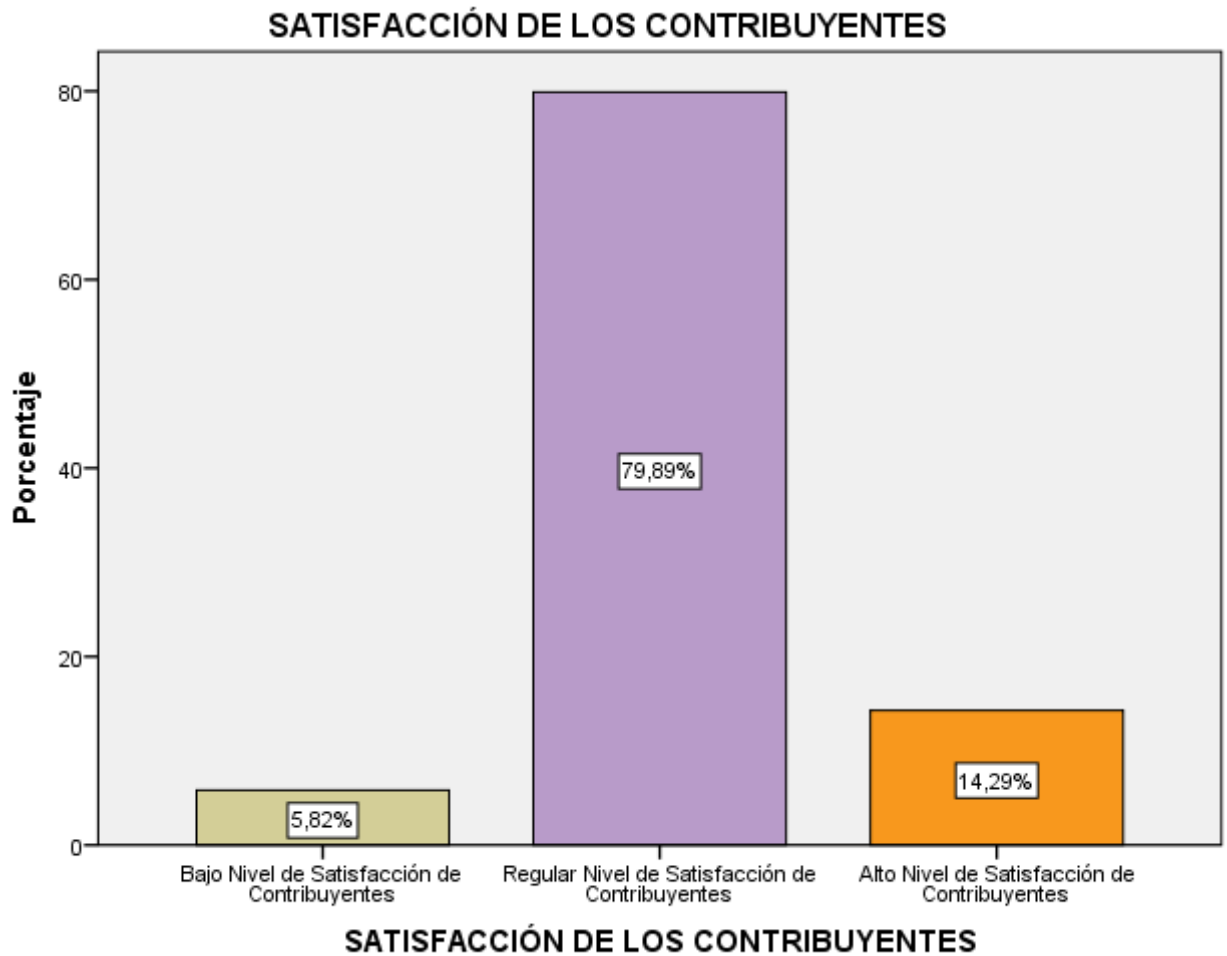


Figura 16. Niveles de satisfacción de los contribuyentes

Fuente: Tabla 33

Interpretación:

Los resultados de la Tabla 33 y Figura 17 se muestra “La Variable Satisfacción de los Contribuyentes”. El resultado obtenido fue de: regular nivel satisfacción de los contribuyentes con un 79,89 %, seguido de un alto nivel de satisfacción de los contribuyentes con el 14,29 %.

4.13. ANÁLISIS CRUZADO DE LAS VARIABLES: CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS CONTRIBUYENTES

Tabla 35. Tabla Cruzada

CALIDAD DEL SERVICIO*SATISFACCIÓN DEL CONTRIBUYENTE tabulación cruzada

			SATISFACCIÓN DEL CONTRIBUYENTE			Total
			Bajo Nivel de Satisfacción de Contribuyentes	Regular Nivel de Satisfacción de Contribuyentes	Alto Nivel de Satisfacción de Contribuyentes	
CALIDAD DEL SERVICIO	Mala Calidad del Servicio	Recuento	6	7	6	19
		% del total	1,6%	1,9%	1,6%	5,0%
	Regular Calidad del Servicio	Recuento	13	274	12	299
		% del total	3,4%	72,5%	3,2%	79,1%
	Buena Calidad del Servicio	Recuento	3	21	36	60
		% del total	0,8%	5,6%	9,5%	15,9%
Total	Recuento	22	302	54	378	
	% del total	5,8%	79,9%	14,3%	100,0%	

Fuente: Encuesta aplicada a los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, 2017.

Interpretación:

Según la Tabla 35 los niveles de Satisfacción de los Contribuyentes es regular con el 79,9 % y en relación a la Calidad del Servicio es regular con un resultado del 79,1 %.

4.14. PRUEBA DE HIPÓTESIS

4.14.1. Verificación de la primera hipótesis específica calidad del servicio en su dimensión empatía con la satisfacción de los contribuyentes

a) Hipótesis específicas

H₀: No existe relación entre la calidad del servicio en su dimensión empatía con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017

H₁: Existe relación entre la calidad del servicio en su dimensión empatía con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017.

b) Nivel de significancia: Para todo valor de probabilidad igual o menor que 0,05, se acepta H₁ y se rechaza H₀.

c) Zona de rechazo: Para todo valor de probabilidad mayor que 0,05, se acepta H₀ y se rechaza H₁.

d) Estadístico de prueba: Rho Spearman

Tabla 36. Rho Spearman dimensión empatía

			Correlaciones	
			Dimension Empatía	SATISFACCIÓN DEL CONTRIBUYENTE
Rho de Spearman	Dimension Empatía	Coeficiente de correlación	1,000	,423**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	378	378
SATISFACCIÓN DEL CONTRIBUYENTE		Coeficiente de correlación	,423**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	378	378

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).
Fuente: Elaboración propia.

e) Regla de decisión:

Rechazar H_0 si la sig. es menor a 0,05

No rechazar H_0 si la sig. es mayor a 0,05

Interpretación:

En la Tabla 36 se observa que la Sig. (Significancia asintótica) mostrada por el SPSS es 0,000 menor a 0,05, en consecuencia se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula (H_0) a un nivel de confianza del 95 %, y se acepta la hipótesis alterna (H_1). Es decir: ***“Existe relación entre la calidad del servicio en su dimensión empatía con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017”.***

4.14.2. Verificación de la segunda hipótesis específica de calidad en su dimensión fiabilidad con la satisfacción de los contribuyentes

a) Hipótesis específicas:

H_0 : No existe relación entre la calidad del servicio en su dimensión fiabilidad con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017.

H_1 : Existe relación entre la calidad del servicio en su dimensión fiabilidad con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017.

b) Nivel de significancia: Para todo valor de probabilidad igual o menor que 0,05, se acepta H_1 y se rechaza H_0 .

c) Zona de rechazo: Para todo valor de probabilidad mayor que 0,05, se acepta H_0 y se rechaza H_1 .

d) Estadístico de prueba: Rho Spearman

Tabla 37. Rho de Spearman dimensión fiabilidad

			Correlaciones	
			Dimensión Fiabilidad	SATISFACCIÓN DEL CONTRBUYENTE
Rho de Spearman	Dimensión fiabilidad	Coeficiente de correlación	1,000	,263**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	378	378
SATISFACCIÓN DEL CONTRBUYENTE		Coeficiente de correlación	,263**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	378	378

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

Fuente: Elaboración propia.

e) Regla de decisión :

Rechazar H_0 si la sig. es menor a 0,05

No rechazar H_0 si la sig. es mayor a 0,05

Interpretación:

En la Tabla 37, se observa que la Sig. (Significancia asintótica) mostrada por el SPSS es 0,000 menor a 0,05, en consecuencia se toma la decisión de

rechazar la hipótesis nula (H_0) aun nivel de confianza del 95 %, y se acepta la hipótesis alterna (H_1); es decir: ***“Existe relación entre la calidad del servicio en su dimensión fiabilidad con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017”***.

4.14.3. Verificación de la tercera hipótesis específica calidad del servicio en su dimensión elementos tangibles con la satisfacción de los contribuyentes

a) Hipótesis específicas

H_0 : No existe relación entre la calidad del servicio en su dimensión elementos tangibles con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017.

H_1 : Existe relación entre la calidad del servicio en su dimensión elementos tangibles con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017.

b) Nivel de significancia: Para todo valor de probabilidad igual o menor que 0,05, se acepta H_1 y se rechaza H_0 .

c) **Zona de rechazo:** Para todo valor de probabilidad mayor que 0,05, se acepta H_0 y se rechaza H_1 .

d) **Estadístico de prueba:** Rho Spearman

**Tabla 38. : Rho Spearman elementos tangibles
Correlaciones**

		Dimensión Elementos Tangibles	SATISFACCIÓN DEL CONTRIBUYENTE
Rho de Spearman	Dimensión elementos tangibles	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,149**
		N	350
SATISFACCIÓN DEL CONTRIBUYENTE		Coefficiente de correlación	,149**
		Sig. (bilateral)	,005
		N	378

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).
Fuente: Elaboración propia.

e) **Regla de decisión:**

Rechazar H_0 si la sig. es menor a 0,05

No rechazar H_0 si la sig. es mayor a 0,05

Interpretación:

En la Tabla 38 se observa que la Sig. (Significancia asintótica) mostrada por el SPSS es 0,005 menor a 0.05, en consecuencia se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula (H_0) aun nivel de confianza del 95 %, y se acepta la hipótesis alterna (H_1). Es decir:

“Existe relación entre la calidad del servicio en su dimensión

elementos tangibles con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017”.

4.14.4. Verificación de la cuarta hipótesis específica calidad del servicio en su dimensión capacidad de respuesta con la satisfacción de los contribuyentes

a) Hipótesis estadística:

H₀: No existe relación entre la calidad del servicio en su dimensión capacidad de respuesta con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017.

H₁: Existe relación entre la calidad del servicio en su dimensión capacidad de respuesta con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017.

b) Nivel de significancia: Para todo valor de probabilidad igual o menor que 0,05, se acepta H₁ y se rechaza H₀.

c) Zona de rechazo: Para todo valor de probabilidad mayor que 0,05, se acepta H₀ y se rechaza H₁.

d) Estadístico de prueba: Rho Spearman

Tabla 39. Rho de Spearman para dimensión dimensión capacidad de respuesta

Correlaciones			Dimensión Capacidad de Respuesta	SATISFACCIÓN DEL CONTRIBUYENTE
Rho de Spearman	Dimensión capacidad de respuesta	Coeficiente de correlación	1,000	,337**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	378	378
SATISFACCIÓN DEL CONTRIBUYENTE		Coeficiente de correlación	,337**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	378	378

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

Fuente: Elaboración propia.

e) Regla de decisión:

Rechazar H_0 si la sig. es menor a 0,05

No rechazar H_0 si la sig. es mayor a 0,05

Interpretación:

En la Tabla 39 se observa que la Sig. (Significancia asintótica) mostrada por el SPSS es 0,000 menor a 0,05, en consecuencia se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula (H_0) aun nivel de confianza del 95 %, y se acepta la hipótesis alterna (H_1); es decir: ***“Existe relación entre la calidad del servicio en su dimensión capacidad de respuesta con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017”.***

4.14.5. Verificación de la quinta hipótesis específica calidad del servicio en su dimensión seguridad con la satisfacción de los contribuyentes

a) Hipótesis estadística

H_0 : No existe relación entre la calidad del servicio en su dimensión seguridad con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017

H_1 : Existe relación entre la calidad del servicio en su dimensión seguridad con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017

b) **Nivel de significancia:** Para todo valor de probabilidad igual o menor que 0,05, se acepta H_1 y se rechaza H_0 .

c) **Zona de rechazo:** Para todo valor de probabilidad mayor que 0,05, se acepta H_0 y se rechaza H_1 .

d) **Estadístico de prueba:** Rho Spearman

Tabla 40. Rho Spearman dimensión seguridad

			Correlaciones	
			Dimensión Seguridad	SATISFACCIÓN DEL CONTRIBUYENTE
Rho de Spearman	Dimensión seguridad	Coeficiente de correlación	1,000	,369**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	378	378
	SATISFACCIÓN DEL CONTRIBUYENTE	Coeficiente de correlación	,369**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	378	378

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).
Fuente: Elaboración propia.

e) Regla de decisión:

Rechazar H_0 si la sig. es menor a 0,05

No rechazar H_0 si la sig. es mayor a 0,05

Interpretación:

En la Tabla 40 se observa que la Sig. (Significancia asintótica) mostrada por el SPSS es 0,000 menor a 0,05, en consecuencia se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula (H_0) aun nivel de confianza del 95 %, y se acepta la hipótesis alterna (H_1); es decir: ***“Existe relación entre la calidad del servicio en su dimensión seguridad con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017”.***

4.14.6. HIPÓTESIS GENERAL

a) Hipótesis estadística:

H₀ : La calidad del servicio no se relaciona con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017.

H₁ : La Calidad del Servicio se relaciona con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017.

b) Nivel de significancia: Para todo valor de probabilidad igual o menor que 0,05, se acepta H₁ y se rechaza H₀.

c) Zona de rechazo: Para todo valor de probabilidad mayor que 0,05, se acepta H₀ y se rechaza H₁.

d) Estadístico de prueba: Correlación de Tau-b de Kendall

Tabla 41. Correlación Tau-b de Kendall

Correlaciones			CALIDAD DEL SERVICIO	SATISFACCIÓN DEL CONTRIBUYENTE
Tau-b de Kendall	CALIDAD DEL SERVICIO	Coeficiente de correlación	1,000	,405**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	378	378
	SATISFACCIÓN DEL CONTRIBUYENTE	Coeficiente de correlación	,405**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	378	378

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

Fuente: Elaboración propia.

e) Regla de decisión:

Rechazar H_0 si la sig. es menor a 0,05

No rechazar H_0 si la sig. es mayor a 0,05

Interpretación:

En la Tabla 41 se observa que la correlación entre ambas variables es de 0,405, es decir del 40,57 % , es decir una correlación media; asimismo, el Sig.(significancia asintótica) mostrada por el SPSS es 0,000 menor a 0,05, en consecuencia se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula (H_0) aun nivel de confianza del 95 %, y se acepta la hipótesis alterna (H_1).; es decir: ***“La calidad del servicio se relaciona con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017”***.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

En este capítulo se explica los resultados y se comparan con los datos obtenidos en la presente investigación destacando el trabajo preliminar e importante en el proceso de investigación, resaltando la consistencia y fiabilidad de los instrumentos, su validez interna no solo de la variable de estudio la Satisfacción de los Contribuyentes, sino la variable Calidad del Servicio y su relación entre ambas.

Con respecto al análisis de fiabilidad o confiabilidad de cada instrumento que corresponde a la variable Calidad del Servicio y Satisfacción de los Contribuyentes, ello se logra al visualizar en las Tablas 06 y 07 con 0,930 y 0,934 respectivamente, los cuales según la Tabla 05 son calificados los instrumentos de “Alta Confiabilidad”. Asimismo, en el anexo 04 aparece la validez de los jueces, los cuales, para ambas variables, superan la prueba de validez.

Se ha efectuado la prueba de normalidad para determinar si los datos de la variables siguen una distribución normal y de otra parte elegir los estadísticos de pruebas paramétricos y no paramétricos, los resultados de las Tablas 08 y 09 muestran que los datos de ambas variables no siguen una distribución normal.

Se ha efectuado un análisis descriptivo de la variable Calidad del Servicio, en sus 5 dimensiones siendo sus resultados: regulares elementos

tangibles, con el 49,5 %; regular nivel de fiabilidad con el 84,9 %; regular capacidad de respuesta, con el 77,5 %; regular nivel de seguridad, con el 79,9 %; regular nivel de empatía, con el 81,0 %. Para la variable Calidad del Servicio, se encontraron los siguientes resultados: regular calidad del servicio, con el 79,1 %; buena calidad del servicio, con el 15,9 %.

Para la variable Satisfacción de los Contribuyentes, se ha analizado en sus cinco dimensiones siendo los resultados los siguientes: regular calidad funcional, con el 78,8 %; regular calidad técnica, con el 83,6 %; regular valor percibido con el 80,2 %; regular nivel de confianza, con el 80,2 %; regular nivel de expectativas, con el 85,7 %. Igualmente el análisis de la variable Satisfacción de los Contribuyentes el 79,9 % mencionan que existe un Regular Nivel de Satisfacción.

En cuanto a los resultados por dimensiones se ha podido determinar según la apreciación de los encuestados, lo siguiente:

- a) Existe relación significativa entre la calidad del servicio en su dimensión empatía con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017.
- b) Existe relación significativa entre la calidad del servicio en su dimensión Fiabilidad con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017.

- c) Existe relación significativa entre la calidad del servicio en su dimensión elementos tangibles con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017.
- d) Existe relación significativa entre su dimensión capacidad de respuesta con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017.
- e) Existe relación significativa entre su dimensión seguridad con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017.

Todos estas relaciones significativas encontradas en la presente investigación son similares a los obtenidos por Suarez (2015), en su tesis para optar el grado académico de magister en la escuela de posgrado de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, titulada: “El nivel de calidad de servicio de un Centro de Idiomas aplicando el Modelo Servqual, caso: Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao, Periodo 2011 - 2012”.

Llegó a las siguientes conclusiones:

- Por lo analizado se puede concluir que el modelo SERVQUAL muestra el nivel de calidad del servicio del Centro de Idiomas de la Universidad

del Callao durante el periodo 2011 – 2012, expresado en un promedio ponderado de 3,39 respecto a la tabla de expectativas y percepciones.

- La empatía incide en el equipamiento del Centro de Idiomas, debido a la obtención de una asociación significativa (0,976) gracias a la correlación de Pearson y una regresión lineal de residuos mínimos.
- Se determina que la fiabilidad incide en la satisfacción del cliente del Centro de Idiomas, lo cual se validó con la correlación de Pearson al obtener un resultado de una asociación positiva significativa de 0,937 y una regresión lineal simple con residuos mínimos.
- La capacidad de respuesta incide en los procedimientos, pues se obtiene una asociación positiva significativa de 0,966 validada a través de la correlación de Pearson y una regresión lineal simple con residuos mínimos.
- Con respecto a la seguridad, se prueba su incidencia en el material del CIUNAC a través de una asociación positiva de 0,944 y una regresión lineal simple con residuos mínimos.

Estos resultados obtenidos si bien estuvieron buscando la causalidad, sin embargo, previo a ello fue necesario determinar una relación positiva.

En cuanto a la hipótesis general cuyo propósito es encontrar la relación de la calidad del servicio y la satisfacción de los contribuyentes; Tabla 40, “La Calidad del Servicio se relaciona significativamente con la Satisfacción de los Contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017. La presente conclusión es compatible

con las trabajo de investigación realizado por (Jorquera Francisco, 2012), en su tesis: “Calidad y Satisfacción en el Servicio a Clientes de la Industria Automotriz: análisis de principales factores que afectan la evaluación de los clientes Droguett”. Investigación que resalta las evaluaciones que los clientes hacen son cada vez más duras por los servicios prestados, esto es concordante con los resultados regulares de las variables y sus dimensiones.

Asimismo, estos resultados son similares a los de: (Vela Mori, 2014), en su tesis: “Influencia de la calidad del servicio al cliente en el nivel de ventas de tiendas de Cadenas Claro Tottus - Mall, de la ciudad de Trujillo 2014”. Llegó a las siguientes conclusiones: La calidad del servicio brindada en la cadena de Tiendas CLARO- TOTTUS influye de manera directa en el nivel de ventas, lo cual implica que sí existe una buena calidad de servicio, esto repercute en el incremento del nivel de ventas. Los factores controlables como la oferta de los equipos de Claro el trato amable y buena comunicación del promotor influyen de manera positiva en el nivel de ventas. Es más, otra de las principales conclusiones es que, se puede decir que los niveles de calidad de servicio y los niveles de ventas se relacionan, ya que los clientes lo califican como bueno y regular; en tiendas de cadenas claro Tottus – Mall, de la ciudad de Trujillo.

Finalmente esta investigación es un aporte que permitirá contribuir a futuras investigaciones y nuevos métodos de abordaje para generar nuevos conocimientos y propuestas de mejoras concretas en entidades del Estado, recomendando continuar con los siguientes de niveles de investigación relacionados con la calidad del servicio y la satisfacción de los contribuyentes en la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna.

VI. CONCLUSIONES

Los resultados de la investigación permiten arribar a las siguientes conclusiones:

PRIMERA CONCLUSIÓN

Se ha comprobado con un nivel de confianza del 95 %, una correlación $Rho=0,423$ y un sig. de 0,000:

Existe relación entre la calidad del servicio en su dimensión empatía con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017. Tabla 36.

SEGUNDA CONCLUSIÓN:

Se ha comprobado con un nivel de confianza del 95 %, una correlación de $Rho=0,263$ y un sig. de 0,000:

Existe relación entre la calidad del servicio en su dimensión fiabilidad con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017. Tabla 37.

TERCERA CONCLUSIÓN:

Se ha comprobado con un nivel de confianza del 95 %, una correlación de $Rho=0,149$ y un sig. de 0,005:

Existe relación entre la calidad del servicio en su dimensión elementos tangibles con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad

Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017.Tabla 38.

CUARTA CONCLUSIÓN:

Se ha comprobado con un nivel de confianza del 95 %, una correlación de $Rho=0,337$ y un sig. de 0,000:

Existe relación entre la calidad del servicio en su dimensión capacidad de respuesta con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017.Tabla 39.

QUINTA CONCLUSIÓN:

Se ha comprobado con un nivel de confianza del 95 %, una correlación de $Rho=0,369$ y un sig. de 0,000:

Existe relación entre la calidad del servicio en su dimensión seguridad con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017.Tabla 40.

SEXTA CONCLUSIÓN:

Se ha comprobado con un nivel de confianza del 95 %, una correlación de $Rho=0,405$ y un sig. de 0,000:

La Calidad del Servicio se relaciona significativamente con la Satisfacción de los Contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017.Tabla 41.

VII. RECOMENDACIONES

PRIMERA RECOMENDACIÓN

A la administración de la entidad se le recomienda que, para mejorar el nivel de calidad del servicio, en su dimensión empatía tiene una correlación casi media, pudiéndose mejorar políticas y optimización de la comunicación con los contribuyentes y la comprensión de los mismos, asimismo, se debería capacitar en forma permanente a los trabajadores del Equipo Funcional de Orientación, Registro y Recaudación, sobre el trato y la forma de cómo llegar al contribuyente, debido a que ellos están en constante interacción con los contribuyentes, siendo estos los que perciben en forma directa sobre si el trabajador tiene la voluntad para ayudar a solucionar el problema o inquietud del contribuyente, brindando una orientación adecuada de manera puntual y entendible, asimismo, se recomienda establecer horarios de trabajo convenientes para todos sus contribuyentes.

SEGUNDA RECOMENDACIÓN

A la administración de la entidad se le recomienda que, para mejorar el nivel de satisfacción de los contribuyentes, en cuanto a la dimensión fiabilidad, se sugiere desarrollar planes y dinámicas, con el fin de sensibilizar a los trabajadores de la Municipalidad en estudio, acerca de las formas positivas de relacionarse y desarrollar programas diferenciados para cada categoría de trabajadores que laboran en el Equipo Funcional de Orientación, Registro y Recaudación, asimismo, se debería capacitar a los trabajadores en forma

permanente para que puedan solucionar problemas o inquietudes en forma rápida, y de esta manera puedan brindar una orientación oportuna, se debe tener en cuenta que hay trámites como el de registro y actualización de la información contenida en las declaraciones juradas, que pueden ser algo burocráticos, por lo mismo que es información sumamente delicada, dado a que la información brindada influirá en cuanto a los pagos de cada contribuyente, en este caso se plantea la optimización de los tiempos de los procedimientos para una idónea atención de cada contribuyente.

TERCERA RECOMENDACIÓN

A la administración de la entidad se le recomienda que, para mejorar la dimensión elementos tangibles y lograr mejorar la satisfacción de los contribuyentes es necesario implantar eficazmente una verdadera "Cultura de Servicio", con la finalidad satisfacer las exigencias de los contribuyentes y de mejorar en forma continua la imagen de la Municipalidad, debiéndose introducir un nuevo programa de capacitación integral, donde el análisis de los conceptos básicos de la cultura de servicio, deban materializarse con participación activa de los trabajadores involucrados en la atención al contribuyente, asimismo, se debería adquirir equipos modernos, para brindar un servicio más eficiente y adecuado al contribuyente. En cuanto a las instalaciones físicas, se debería establecer zonas estratégicas de atención, para que los contribuyentes tengan los accesos adecuados y puedan llegar sin dificultades, la idea es que mantengan una percepción visualmente atractivas.

CUARTA RECOMENDACIÓN

A la administración de la entidad se le recomienda que, en relación a la dimensión capacidad de respuesta, con el propósito de mejorar el nivel de satisfacción de los contribuyentes, se debería de empoderar y dar mayor autonomía para tomar decisiones a cada servidor que tiene contacto directo con los contribuyentes, asimismo, se debería capacitar en forma permanente al trabajador para que mejore sus habilidades comunicativas y de gestión del tiempo, la atención al contribuyente es imprescindible para la Municipalidad, los trabajadores deben dar la percepción de estar capacitados ante cualquier consulta o duda que pueda tener el contribuyente, evitando la percepción de que están demasiado ocupados para responder a las preguntas, con la finalidad de que el contribuyente se marche satisfecho con la atención brindada.

QUINTA RECOMENDACIÓN

A la administración de la entidad recomendar, en relación a la dimensión seguridad, con el propósito de mejorar el nivel de satisfacción de los contribuyentes, propiciarse un adecuado ambiente laboral con el objetivo de que los trabajadores se sientan motivados, valorados y que afiancen su compromiso con su trabajo y la institución para el desarrollo de sus actividades cotidianas, de la misma forma se debería capacitar a los trabajadores para mejorar sus destrezas, de tal forma se genere una apreciación positiva en cuanto a la realización de su trabajo, con el debido

respaldo del jefe del Equipo Funcional de Orientación, Registro y Recaudación.

SEXTA RECOMENDACIÓN

A la administración de la entidad se le recomienda diseñar estrategias orientadas a mejorar los niveles de calidad y satisfacción a los contribuyentes para poder escuchar en forma activa al contribuyente y tener capacidad de respuesta inmediata, del mismo modo se debe aplicar cada una de las recomendaciones en relación a las dimensiones que están elaborados en función a la variable calidad del servicio; debiéndose mejorar políticas y optimización de la comunicación con los contribuyentes, desarrollando planes y dinámicas, con el fin de sensibilizar a los trabajadores de la Municipalidad en estudio, implantando eficazmente una verdadera “Cultura de Servicio”, con la finalidad de satisfacer las exigencias de los contribuyentes y de mejorar en forma continua la imagen de la Municipalidad, asimismo, no se debe olvidar que los contribuyentes son imprescindibles y son la razón de ser de la Gerencia de Administración Tributaria. Los servidores y trabajadores deben ofrecer un servicio acorde a las necesidades de los contribuyentes, de tal forma que se vayan satisfechos con la atención brindada, a su vez se debe transmitir una imagen enfatizando valores como: confianza, diligencia, credibilidad y amabilidad.

. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alva Zapata , J. L., & Juarez Morales , J. A. (2014). *UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO*. Obtenido de http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/716/1/ALVA_JOSE_SATI_SFACCI%C3%93N_LABORAL_AGROPECUARIA.pdf
- Acosta, L. (2006). *El ambiente Laboral, Tendencias y Percepciones*. México: Universidad Autónoma de Zacatecas.
- Acuña, S. y. (2013). *Relación entre el Síndrome de Burnout, Bienestar Psicológico y Estrategias de Afrontamiento*. Mar del Plata: Universidad Nacional Mar del Plata.
- Alles, M. (2008). *Comportamiento organizacional*. . Argentina: Granica S.A.
- Amores, A., & Bonilla, G. (2013). *Investigación y diagnóstico del Clima Organizacional y Ambiente Laboral de los empleados y trabajadores de la empresa eléctrica provincial Cotopaxi S.A. Extensión Latacumba, Ecuador: Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y de Comercio Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE*.
- Apuy Arias, L. I. (2008). *Universidad Estatal a distancia Vicerrectoría Académica Sistema de Estudios de Posgrado Escuela de Ciencias Exactas y Naturales, Costa Rica*. Obtenido de <http://repositorio.uned.ac.cr/reuned/bitstream/120809/1126/1/Factores%20del%20clima%20organizacional%20.pdf>
- Arratia, A. (2010). *Desempeño Laboral y Condiciones de Trabajo Docente en Chile: influencias y percepciones de los evaluados*. Santiago de Chile: Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Chile.
- Avila, E. (23 de julio de 2012). *Concepto y percepción de imagen*. Recuperado el 22 de noviembre de 2013, de <http://www.slideshare.net/evaavila/concepto-y-percepcion-imagen>
- Benavides, O. (2002). *Competencias y Competitividad*. Bogotá, Colombia: editorial McGraw-Hill.
- Benito, B. y. (2007). *Factores Explicativos de la Presión Fiscal Municipal, España*. Murcia.

- Brunet, L. (2011). *El Clima de Trabajo en las Organizaciones*. Colombia: Trillas.
- Calnan, M. W. (2000). *La tensión laboral, el desequilibrio emocional y la angustia mental: un estudio de las ocupaciones en la práctica médica general*. *Trabajo y Estrés*, 14 (4), 297-311.
- Canton, I. (2004). *Análisis de la realidad y propuestas para mejorar la Imagen de un Centro Educativo*. Universidad de León. Publicado en el compendio *Imagen y personalización de los Centros Educativos: Ministerio de Educación y Ciencia*.
- Capriotti, P. (1999). *Planeación estratégica de la imagen corporativa*. España: Editorial Barcelona.
- Cevallos, H. (2012). *Clima organizacional y su relación con el desempeño docente en la Facultad de Ciencias de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann Tacna 2010-2011*.
- Chiavenato, I. (1992). *Administración de Recursos Humanos*. México DF: editorial Mc Graw Hill Interamericana.
- Chiavenato, I. (2000). *Administración de Recursos Humanos*. Santafé de Bogotá, Colombia: McGraw-Hill Interamericana, S.A.
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de recursos humanos: el capital humano de las organizaciones*. México: McGraw Hill.
- Conde, M. (20 de enero de 2009). *Estrés y consecuencias*. Obtenido de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesis/2012/05/43/Herrera-Linda.pdf>
- Córdova, A. (2004). *Fisiología Dinámica*. Barcelona: EdMasson.
- Costa, J. (2000). *Identidad corporativa*. México: Trillas.
- Davis, K., & Newtrons, J. (2000). *Comportamiento Humano en el Trabajo (10 ed.)*. México: McGraw-Hill.
- Decreto Legislativo 771 (1994). *Ley Marco del Sistema Tributario Nacional*. Lima: El Peruano.
- Díaz, Y. (2002). *Desarrollo de la imagen institucional del colegio Santa María de Matellini de Chorrillos, a través de la planificación estratégica. Periodo 2001*. Lima: Universidad Mayor de San Marcos.
- Ducci, M. (1997). *El enfoque de competencia laboral en la perspectiva internacional*. Organización Internacional del Trabajo (OIT).
- Extremea, N. y. (2007). *Emotional intelligence and burnout in Teachers*. Málaga: UNiversida de Málaga.

- Fernandez, E., & Ruiz, M. (2010). *Diagnóstico y propuesta de imagen corporativa de la UNEDI de la ciudad de Ibarra. Ecuador: Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología. Universidad Técnica del Norte.*
- Fuentes Navarro , S. M. (2012). *Universidad Rafael Landívar Facultad de Humanidades Campus de Quetzaltenango, México. Obtenido de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesis/2012/05/43/Fuentes-Silvia.pdf>*
- Garcia, M. y. (20 de abril de 2012). *Diagnostico del Clima Organizacional del Departamento de Guanajuato. Obtenido de http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1158/definicion_clima_organizacional.html*
- Gómez-Mejía, L., Balkin, D., & Cardy, R. (2001). *Dirección y gestión de recursos humanos. México: Prentice Hall.*
- Hernández, R., Fernández, C., & Batista, P. (2014). *Metodología de la Investigación. México: McGrawHill.*
- Kazoleas, D., Kim, Y. & Moffitt, M.A. (2001). *Imagen Institucional: estudio de un caso. (Vol. 6). Corporación de comunicaciones.*
- Ley, 27972. (2003). *Ley Orgánica de Municipalidades.*
- Licona, M. (2006). *Elementos básicos para crear el plan de imagen corporativa. Hidalgo: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.*
- Licona, M. (2006). *Elementos básicos para crear el Plan de Imagen Corporativa. Pachuca de Soto: Hidalgo.*
- Llaneza, F. (2009). *Ergonomía y Psicología aplicada. Manual para la formación del especialista. Madrid: Lex Nova.*
- Luthans, F. (2008). *Comportamiento organizacional. México: McGraw-Hill.*
- Marinalva, S. (2006). *Nuevas perspectivas de la calidad de vida laboral y sus relaciones con la eficacia organizacional. Barcelona: Universidad de Barcelona.*
- Maristany, J. (2000). *Administración de recursos humanos. Buenos Aires, Argentina: editorial Prentice Hal.*
- Maslach, C. y. (1999). *Bournot en los Maestros. Nueva York: Cambridge University Press.*
- Melara, M. (1 de Agosto de 2013). *La relación entre calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente. Obtenido de <http://marlonmelara.com/la-relacion-entre-calidad-de-servicio-y-satisfaccion-del-cliente/>*

- Mendez Alvarez, C. E. (2006). *Clima Organizacional* . Colombia: Universidad del Rosario.
- Milkovich, G., & Boudreau, J. (1994). *Dirección y administración de recursos humanos. Un enfoque de estrategia (6 ed.)*. Estados Unidos: editorial Pearson Education Canada.
- Milkovich, G., & Boudreau, J. (1994). *Dirección y administración de recursos humanos. Un enfoque de estrategia (6 ed.)*. Estados Unidos: editorial Pearson Education Canada.
- Pancorvo, J. (2014). *Organizaciones de servicio*. Lima: Publicaciones de la Universidad de Piura.
- Pizarro Neves, G. I. (2010). "Incidencia de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente, en el Banco de Crédito del Perú de la ciudad de Tacna, Oficina Bolognesi, en el periodo 2008 y 2009". Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann, Oficina Bolognesi.
- Queipo, B., & Useche, M. (3 de setiembre de 2002). *El Desempeño laboral en el departamento de mantenimiento del Ambulatorio la Victoria*. Revista de Ciencias Sociales (RCS), VIII, 486-496.
- Quispe Vargas, E. (2015). *Clima organizacional y desempeño laboral en la Municipalidad Distrital de Pacucha, Andahuaylas, 2015*. Andahuaylas, Perú: Universidad Nacional José María Arguedas.
- Rivas G. & Mayra A. (2006). *La cultura organizacional y su relación con el desempeño laboral del personal adscrito al Centro Clínico Quirúrgico Divino Niño C.A*. Universidad de Oriente, Departamento de Administración. Escuela de Ciencias Sociales y Administrativas, Venezuela.
- Robbins, D. (2008). *Administración de recursos humanos* . México: Limusa S.A.
- Robbins, S. (2004). *Comportamiento Organizacional (10 ed.)*. México: editorial Prentice Hall.
- Robles, A. (2015). *La calidad de servicio y su influencia en la satisfacción de los contribuyentes de la administración tributaria - SATT año 2015*. Trujillo: <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/8086>.
- Rodriguez M., D. (1999). *Gestión organizacional*. Chile: P y V.
- Rodriguez, M. (2 de Junio de 2005). *El ESTRÉS EN EL AMBIENTE LABORAL*. Obtenido de <http://www.saudeetrabalho.com.br/download/estres-uso.pdf>

- Sanchez, F. C. (2011). *Estrés laboral, satisfacción en el trabajo y bienestar psicológico en trabajadores de una industria cerealera*. Rosario: Universidad Abierta Interamericana .
- Scheinsohn, D. (2001). *Comunicación estratégica, management y fundamentos de la imagen corporativa*. Buenos Aires: Ediciones Macchi.
- Schneider, B. &. (1983). *En la etiología de los climas*. *Psicología personal* , 19-39.
- Siegrist, J. &. (2004). *Las desigualdades en salud y el entorno psicosocial - dos desafíos científicos*. *Ciencias Sociales y Medicina*, 58, 1463-1473.
- Stavroula Leka B. A., G. A. (1999). *La organización del trabajo y el estrés*. Reino Unido.: *La organización del trabajo y el estrés*.
- Stoner, J. (1994). *Administración*. México: editorial Prentice-Hall Hispanoamericana S.A.
- Suárez, R. (2012). : *“El nivel de calidad de servicio de un Centro de Idiomas aplicando el Modelo Servqual caso: Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao, Periodo 2011 - 2012”*. Lima : UNMSM.
- Suarez, R. (2015). : *“El nivel de calidad de servicio de un Centro de Idiomas aplicando el Modelo Servqual caso: Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao, Periodo 2011 - 2012”*. Lima: UNMSM.
- Torres, S. (Mayo de 2015). *Diagnóstico de la Gestión Municipal*. Obtenido de *Alternativas para el Desarrollo*: https://www.mef.gob.pe/contenidos/presu_public/documentac/DiagnosticodelaGestionMunicipal.pdf
- Tsutsumi, A. &. (2004). *Una revisión de estudios empíricos sobre el modelo de desequilibrio esfuerzo-recompensa en el trabajo: reducir el estrés ocupacional mediante la implementación de una nueva teoría*. *Social Science & Medicine*, 59, 2335 - 2339.
- Vargas Romero, M. d. (2014). *"Influencia de los servicios académicos de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann en la satisfacción de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Empresariales, periodo 2013"*.
- Vargas, F. (2000). *De las virtudes laborales a las competencias claves: Un nuevo concepto para antiguas demandas*. CINTEFOR.
- Villafañe, J. (1993). *Imagen positiva, gestión estratégica de la imagen de las empresas*. Madrid: Editorial Pirámide.

Wilson. (2003). *La educación de valores y virtudes en la escuela, Teoría Proactiva*. México: editorial Morillo.

Yarleque, M. (2006). El docente universitario como líder transformacional. Recuperado el 12 de noviembre de 2013, de <http://www.monografias.com/trabajos101/docente-universitario-como-lider-transformacional/docente-universitario-como-lider-transformacional2.shtml>

ANEXOS

ANEXO 01

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: “LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CONTRIBUYENTES DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL CORONEL GREGORIO ALBARRACÍN LANCHIPA, REGIÓN TACNA, AÑO 2017”.

Planteamiento del problema	Objetivos	Hipótesis	Variables y dimensiones	Población y muestra	Metodología
<p>Problema general:</p> <p>¿De qué manera la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017?</p>	<p>Objetivo general:</p> <p>Determinar de qué manera la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017.</p>	<p>Hipótesis general:</p> <p>La Calidad del Servicio se relaciona con la Satisfacción de los Contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017.</p>	<p>Variable 1:</p> <p>Calidad del Servicio</p> <p>Variable 2:</p> <p>Satisfacción de los Contribuyentes</p>	<p>Población</p> <p>De la Municipalidad Distrital que ascienden a 19 728 contribuyentes.</p>	<p>Tipo de investigación</p> <p>Básico</p> <p>Diseño:</p> <p>No experimental</p>
<p>Problemas específicos:</p> <p>a) ¿Cómo se relaciona la calidad del servicio en su dimensión empatía con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017?</p> <p>b) ¿Cómo se relaciona la calidad del servicio en su dimensión fiabilidad con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017?</p> <p>c) ¿Cómo se relaciona la calidad del servicio en su dimensión elementos tangibles con la satisfacción de los Contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017?</p> <p>d) ¿Cómo se relaciona la calidad del servicio en su dimensión capacidad de respuesta con la satisfacción de los contribuyentes de la</p>	<p>Objetivos Específicos:</p> <p>a) Determinar la relación entre la calidad del servicio en su dimensión empatía con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017</p> <p>b) Encontrar cómo se relaciona la calidad del servicio en su dimensión fiabilidad con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017.</p> <p>c) Determinar cómo se relaciona la calidad del servicio en su dimensión elementos tangibles con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017.</p> <p>d) Determinar cómo se relaciona la calidad del servicio en su dimensión</p>	<p>Hipotesis específicas:</p> <p>a) H₁: Existe relación entre la calidad del Servicio en su dimensión empatía con la satisfacción de los Contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017</p> <p>b) H₁: Existe relación entre la calidad del servicio en su dimensión fiabilidad con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017</p> <p>c) H₁: Existe relación entre la calidad del servicio en su dimensión elementos tangibles con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017.</p> <p>d) H₁: Existe relación entre la calidad del servicio en su dimensión capacidad de respuesta con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital</p>	<p>Dimensiones Variable 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Empatía -Fiabilidad -Elementos Tangibles -Capacidad de respuesta -Seguridad <p>Dimensiones Variable 2</p> <ul style="list-style-type: none"> -Calidad Funcional percibida -Calidad técnica percibida. -Valor percibido. -Confianza. -Expectativas 	<p>Muestra</p> <p>La muestra de estudio estará constituida por 377 contribuyentes.</p>	<p>Nivel de investigación</p> <p>correlacional</p> <p>Técnica de recolección de datos</p> <p>La encuesta</p> <p>Técnica de análisis de datos</p> <p>Tablas de frecuencias y figuras estadísticas</p> <p>Estadístico de prueba: Kolmogorov</p> <p>Coeficiente de correlación de Spearman</p>

<p>Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017?</p> <p>e)¿Cómo se relaciona la calidad del servicio en su dimensión seguridad con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017?</p>	<p>capacidad de respuesta con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017</p> <p>e) Identificar cómo se relaciona la calidad del servicio en su dimensión seguridad con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017.</p>	<p>Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017.</p> <p>e) H₁: Existe relación entre la calidad del servicio en su dimensión seguridad con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017.</p>			
--	--	---	--	--	--

ANEXO 02

CUESTIONARIO DE CALIDAD DEL SERVICIO

Estimado Contribuyente, el presente cuestionario tiene por finalidad evaluar la Calidad del Servicio, en vuestra institución. A continuación, le presentamos un conjunto de afirmaciones a ser evaluadas según su percepción, coloque un aspa donde corresponda según la escala siguiente:

DATOS GENERALES:

A. **Sexo:** () Masculino () Femenino

1=Nunca; 2=Casi nunca 3=Algunas veces; 4= Casi siempre; 5= Siempre

Nº	CALIDAD DE SERVICIO AL CONTRIBUYENTE	ESCALAS				
		1	2	3	4	5
Elementos Tangibles						
1	La Municipalidad tiene equipos modernos.					
2	Las instalaciones físicas de la Municipalidad son visualmente atractivas.					
3	Los empleados de la Municipalidad tienen apariencia pulcra.					
4	Los elementos materiales (folletos, estados de cuenta y similares) son visualmente atractivos.					
Fiabilidad						
5	Cuando la Municipalidad promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace.					
6	Ante alguna dificultad del contribuyente los empleados tienen capacidad para decidir.					
7	La Municipalidad brinda el servicio a la persona adulta.					
8	La Municipalidad concluye el servicio en el tiempo prometido.					
9	La Municipalidad tiene infraestructura acorde a los servicios que brinda.					
Capacidad de respuesta						
10	Los empleados actúan de inmediato ante alguna dificultad.					
11	Los empleados de la Municipalidad ofrecen un servicio rápido a sus contribuyentes.					
12	Los empleados de la Municipalidad siempre están dispuestos a ayudar a sus contribuyentes.					
13	Los empleados están prestos a responder a las preguntas de sus contribuyentes.					
Seguridad						
14	El comportamiento de los empleados de la Municipalidad transmite confianza a sus Contribuyentes.					
15	Los Contribuyentes se sienten seguros en sus trámites administrativos.					
16	La Municipalidad cuenta con personal de seguridad apropiado.					
17	Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los Contribuyentes.					
Empatía						
18	La Municipalidad da a sus contribuyentes una atención personalizada.					
19	La Municipalidad tiene horarios de trabajo conveniente.					
20	La Municipalidad tiene empleados que ofrecen una atención personalizada a sus Contribuyentes.					
21	La Municipalidad se preocupa por los mejores intereses de sus Contribuyentes.					
22	La Municipalidad comprende las necesidades específicas de sus Contribuyentes.					

GRACIAS

ANEXO 03

CUESTIONARIO DE SATISFACCIÓN DE LOS CONTRIBUYENTES

Estimado contribuyente, el presente cuestionario tiene por finalidad evaluar la satisfacción de los usuarios, en vuestra institución. A continuación, le presentamos un conjunto de afirmaciones a ser evaluadas según su percepción, coloque un aspa donde corresponda según la escala siguiente:

DATOS GENERALES:

A. **Sexo:** () Masculino () Femenino

1=Nunca; 2=Casi nunca 3=Algunas veces; 4= Casi siempre; 5= Siempre

Nº	SATISFACCIÓN DE LOS CONTRIBUYENTES	ESCALAS								
		1	2	3	4	5				
Calidad funcional percibida										
1	El personal de la Municipalidad ha solucionado satisfactoriamente mis quejas.									
2	En esta Municipalidad se le da el servicio que usted espera.									
3	El personal de la Municipalidad conoce los intereses y necesidades de sus Contribuyentes.									
4	Se siente seguro al realizar sus transacciones en esta Municipalidad.									
5	Esta Municipalidad presta un servicio satisfactorio en comparación con otras Municipalidades.									
Calidad técnica percibida										
6	Usted ha observado mejoras en el servicio ofrecido en esta Municipalidad.									
7	La calidad de los servicios se debe a una buena automatización.									
8	Sus expectativas son satisfechas con los servicios prestados por la Municipalidad.									
Valor percibido										
9	Usted tiene confianza en esta Municipalidad.									
10	Los tributos de esta Municipalidad en comparación con otras son bajos.									
11	Las calidades de los servicios prestados en esta Municipalidad son buenas.									
12	No ha tenido problemas o inconvenientes con los servicios prestados por esta Municipalidad.									
13	Se siente satisfecho con servicios prestados por esta Municipalidad.									
Confianza										
14	Al acudir a esta Municipalidad sabe que no tendrá problemas o inconvenientes con los servicios recibidos.									
15	Usted hace una valoración positiva de la Municipalidad a otras personas.									
16	Esta Municipalidad es innovadora y con visión de futuro.									
17	Los servicios prestados por esta Municipalidad están cerca de los ideales para una entidad de este tipo.									
18	Esta Municipalidad se preocupa por las necesidades de los Contribuyentes.									
Expectativas										
19	El servicio que se ofrece en esta Municipalidad se adapta a sus necesidades como Contribuyente.									
20	El personal de esta Municipalidad es claro en las explicaciones o informaciones dadas.									
21	El personal de esta Municipalidad posee los conocimientos acerca de los servicios prestados.									

Gracias

ANEXO 04

VALIDEZ DE CONTENIDO POR EXPERTOS

4.1. Validez de contenido de la variable calidad del servicio

Según la validez efectuada por 3 expertos, resultados que aparecen en el anexo 04 la validez del instrumento para la variable valores organizacionales, se puede apreciar en la tabla adjunta.

Tabla 42: Valoración de expertos de la ficha de observación para la variable calidad del servicio

INDICADORES	CRITERIOS	EXPERTO	EXPERTO	EXPERTO
		1	2	3
1.CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible.	5	5	4
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.	4	5	3
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología	5	4	3
4.ORGANIZACION	Existe una organización lógica.	5	4	4
5.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad suficiente.	4	4	3
6.PERTINENCIA	Permite conseguir datos de acuerdo a los objetivos planteados.	4	4	3
7.CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científico.	4	4	5
8.COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.	5	5	3
9.METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito de la investigación.	5	4	4
10.APLICACION	Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente	4	4	3

Fuente: Encuesta los tres jueces

Tabla 43: Calificación del instrumento para la variable calidad del servicio

NUEVA ESCALA	INTERVALO	SIGNIFICADO
0.000 -2.358	A	Adecuación total
2.359 - 4.717	B	Adecuación en gran medida
4.718 - 7.076	C	Adecuación promedio
7.077 - 9.435	D	Adecuación escasa
9,436 - 11,794	E	Inadecuacion

Fuente: elaboración propia

Interpretación:

Según las tablas 8 y 9 y los procesos que figuran en el anexo 05, la Distancia de Puntos Múltiples (DPP) es 1,970 y cae dentro del Intervalo A, de una Adecuación Total. Por tanto, el instrumento **calidad del servicio**, supera la prueba de validez.

1.2. Validez de Contenido de la Variable **satisfacción de los contribuyentes**

Según la validez efectuada por 3 expertos, resultados que aparecen en el anexo 04 la validez del instrumento para la variable **satisfacción de los contribuyentes**, se puede apreciar en la tabla adjunta.

Tabla 44. Valoración de expertos de la ficha de observación para la variable **satisfacción de los contribuyentes**

INDICADORES	CRITERIOS	EXPERTO	EXPERTO	EXPERTO
		1	2	3
1.CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible.	5	5	3
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.	4	5	3
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología	4	4	3
4.ORGANIZACION	Existe una organización lógica.	5	4	3
5.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad suficiente.	4	4	3
6.PERTINENCIA	Permite conseguir datos de acuerdo a los objetivos planteados.	4	4	3
7.CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científico.	4	4	3

8.COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.	5	4	3
9.METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito de la investigación.	5	4	3
10.APLICACION	Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente	4	4	3

Fuente: encuesta los tres jueces

Tabla 45: Calificación del instrumento para la variable satisfacción de los contribuyentes

NUEVA ESCALA	INTERVALO	SIGNIFICADO
0.000 -2.059	A	Adecuación total
2.060 - 4.119	B	Adecuación en gran medida
4.120 - 6,179	C	Adecuación promedio
6.180 - 8.239	D	Adecuación escasa
8.400 - 10,459	E	Inadecuacion

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Según las tablas 6 y 7 y los procesos que figuran en el anexo, la Distancia de Puntos Múltiples (DPP) es 1,370 y cae dentro del Intervalo A, de Adecuación en gran medida. Por tanto, el instrumento satisfacción de los contribuyentes supera la prueba de validez.



UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN
FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

"LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CONTRIBUYENTES DE LA MUNICIPALIDAD
 DISTRITAL GREGORIO ALBARRACÍN LANCHIPA, REGIÓN TACNA, AÑO 2017"

I.- DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del juez: Mollo Condori Nelson Abraham Pablo
 1.2. Cargo e institución donde labora: Especialista en SISTEMAS INFORMATICOS
 1.3. Nombre del instrumento evaluado: Calidad
 1.4. Autor (es) del Instrumento: JUDITH EVELYN CANAHUIRI QUISPE

II.- ASPECTOS DE EVALUACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1.CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible.					X
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					X
4.ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					X
5.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad suficiente.				X	
6.PERTINENCIA	Permite conseguir datos de acuerdo a los objetivos planteados.				X	
7.CONSISTENCIA	Basado en aspecto teórico-científico.				X	
8.COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					X
9.METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.					X
10.APLICACIÓN	Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente.				X	

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Lugar y fecha:

Teléfono Nº: 990071060


 Firma del Experto Informante
 DNI: 43131454



UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN
FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

"LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CONTRIBUYENTES DE LA MUNICIPALIDAD
DISTRITAL GREGORIO ALBARRACÍN LANCHIPA, REGIÓN TACNA, AÑO 2017"

I.- DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del juez: Guillermo Cármones Maguad R.
1.2. Cargo e institución donde labora: Docente, UNJBS
1.3. Nombre del instrumento evaluado: Calidad
1.4. Autor (es) del Instrumento: JUDITH EVELYN CANAHUIRI QUISPE

II.- ASPECTOS DE EVALUACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.				X	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.				X	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad suficiente.				X	
6. PERTINENCIA	Permite conseguir datos de acuerdo a los objetivos planteados.				X	
7. CONSISTENCIA	Basado en aspecto teórico-científico.				X	
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.				X	
10. APLICACIÓN	Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente.				X	

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Lugar y fecha:

Teléfono Nº: 952682441


Firma del Experto Informante
DNI: 06610788



UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN
FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

"LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CONTRIBUYENTES DE LA MUNICIPALIDAD
 DISTRITAL GREGORIO ALBARRACÍN LANCHIPA, REGIÓN TACNA, AÑO 2017"

I.- DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del juez: ISIDRO CALDERÓN JULIO CÉSAR
 1.2. Cargo e institución donde labora: D.OCENTE
 1.3. Nombre del instrumento evaluado: CALIDAD
 1.4. Autor (es) del Instrumento: JUDITH EVELYN CANAHUIRI QUISPE

II.- ASPECTOS DE EVALUACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1.CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible.				X	
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.			X		
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.			X		
4.ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.				X	
5.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad suficiente.			X		
6.PERTINENCIA	Permite conseguir datos de acuerdo a los objetivos planteados.			X		
7.CONSISTENCIA	Basado en aspecto teórico-científico.					X
8.COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.			X		
9.METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.				X	
10.APLICACIÓN	Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente.			X		

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Lugar y fecha:

Teléfono Nº: 922913350

Firma del Experto Informante

DNI: 00491790



UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN
FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

"LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CONTRIBUYENTES DE LA MUNICIPALIDAD
 DISTRITAL GREGORIO ALBARRACÍN LANCHIPA, REGIÓN TACNA, AÑO 2017"

I.- DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del juez: Mollo Condori Nelson Abraham Pablo
 1.2. Cargo e institución donde labora: ESPECIALISTA EN SISTEMAS INFORMATICOS
 1.3. Nombre del instrumento evaluado: Satisfacción
 1.4. Autor (es) del Instrumento: JUDITH EVELYN CANAHUIRI QUISPE

II.- ASPECTOS DE EVALUACIÓN:


INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.				X	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad suficiente.				X	
6. PERTINENCIA	Permite conseguir datos de acuerdo a los objetivos planteados.				X	
7. CONSISTENCIA	Basado en aspecto teórico-científico.				X	
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.					X
10. APLICACIÓN	Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente.				X	

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Lugar y fecha:

Teléfono Nº: 99 0071 060


 Firma del Experto Informante
 DNI: 73131454



UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN
FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

"LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CONTRIBUYENTES DE LA MUNICIPALIDAD
 DISTRITAL GREGORIO ALBARRACÍN LANCHIPA, REGIÓN TACNA, AÑO 2017"

I.- DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del juez: Cesario Gómez Tapada R.
 1.2. Cargo e institución donde labora: Docente - UNJBG
 1.3. Nombre del instrumento evaluado: Satisfacción
 1.4. Autor (es) del Instrumento: JUDITH EVELYN CANAHUIRI QUISPE

II.- ASPECTOS DE EVALUACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.				X	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.				X	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad suficiente.				X	
6. PERTINENCIA	Permite conseguir datos de acuerdo a los objetivos planteados.				X	
7. CONSISTENCIA	Basado en aspecto teórico-científico.				X	
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.				X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.				X	
10. APLICACIÓN	Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente.				X	

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Lugar y fecha:

Teléfono Nº: 952683441


 Firma del Experto Informante
 DNI: 06610785



UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN
FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

"LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CONTRIBUYENTES DE LA MUNICIPALIDAD
 DISTRITAL GREGORIO ALBARRACÍN LANCHIPA, REGIÓN TACNA, AÑO 2017"

I.- DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del juez: PSIQUE CALDERÓN JULIO CÉSAR
 1.2. Cargo e institución donde labora: DOCENTE PRINCIPAL
 1.3. Nombre del instrumento evaluado: SATISFACCIÓN
 1.4. Autor (es) del Instrumento: JUDITH EVELYN CANAHUIRI QUISPE

II.- ASPECTOS DE EVALUACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible.			x		
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.			x		
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.			x		
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.			x		
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad suficiente.			x		
6. PERTINENCIA	Permite conseguir datos de acuerdo a los objetivos planteados.			x		
7. CONSISTENCIA	Basado en aspecto teórico-científico.			x		
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.			x		
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.			x		
10. APLICACIÓN	Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente.			x		

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Lugar y fecha:

Teléfono Nº: 952913350

Firma del Experto Informante

DNI: 00491350