



Vicerrectorado de
INVESTIGACIÓN

ESCUELA UNIVERSITARIA DE POST GRADO

**“CULTURA TRIBUTARIA Y SATISFACCION DE LOS
CONTRIBUYENTES DOCENTES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN, HUACHO 2017”**

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADEMICO DE:
MAESTRA EN DERECHO CON MENCIÓN EN POLÍTICA FISCAL Y
TRIBUTACIÓN

AUTOR:

KAREN ANNE CUADROS GAMARRA

ASESOR:

DR. PANDURO ANGULO ECKERMAN

JURADO:

MG. MENDOZA DE LA CRUZ, ISRAEL

MG. CARRASCO ALARCON, LUIS ALBERTO

DRA. LIVIA ROBALINO, WILMA YECELA

LIMA-PERÚ

2018

TITULO:

CULTURA TRIBUTARIA Y SATISFACCIÓN DE LOS CONTRIBUYENTES
DOCENTES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL JOSE FAUSTINO
SANCHEZ CARRIÓN HUACHO - 2017

AUTORA:

Karen Anne Cuadros Gamarra

LUGAR DONDE SE VA A DESARROLLAR LA TESIS:

Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho Provincia de
Huaura. Región Lima. 2017

ÍNDICE

RESUMEN.....	6
INTRODUCCION	8
CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	11
1.1 Antecedentes:	11
1.2 Planteamiento del problema.....	19
1.2.1 Descripción del problema.....	19
1.2.2 Formulación del problema	25
1.3 Objetivos de la investigación	26
1.3.1 Objetivo general:	26
1.3.2 Objetivos específicos:	26
1.4 Justificación	26
1.5 Alcances y limitaciones.	27
1.5.1 Alcances.	27
1.5.2 Limitaciones:	28
1.6 Definición de variables	28
CAPITULO II. MARCO TEÓRICO	30
2.1 Teorías generales relacionadas con el tema	30
2.1.1 Teorías de la cultura tributaria.	30
2.1.2. Teorías de la satisfacción del contribuyente.....	38
2.2 Bases teóricas especializadas sobre el tema:	46
2.2.1 La Cultura Tributaria	46
2.2.2 Satisfacción del Contribuyente	55
2.3 Marco Conceptual	62
2.4 Hipótesis.....	65
2.4.1 Hipótesis general. -	65
2.4.2 Hipótesis específicas:.....	66
CAPITULO III: METODO	67
3.1 Tipo de investigación	67
3.2 Diseño de investigación	67
3.3 Estrategia de prueba de hipótesis	68

3.4. Operacionalización de las variables: Definición operacional:	¡Error!
Marcador no definido.	
3.5 Población	73
3.6 Muestra.....	73
3.7 Técnicas de investigación.....	74
3.7.1 Técnicas:.....	74
3.7.2 Instrumento de recolección de datos: Cuestionario 1 y 2.	75
3.7.3 Fichas técnicas del instrumento de recolección de datos.....	80
3.7.4 Resultados del análisis de confiabilidad.....	82
3.7.5 Validez de los instrumentos de recolección de datos.....	83
3.7.6 Procesamiento y análisis de datos:	84
CAPITULO IV: PRESENTACION DE RESULTADOS	86
4.1. Contrastación de las hipótesis, analisis e interpretacion	86
CAPITULO V: DISCUSION.....	91
5.1 DISCUSION	
5.2 CONCLUSIONES	95
5.3 RECOMENDACIONES	96
5.4 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	97
ANEXOS	103
ANEXO I: Ficha técnica de los instrumentos utilizados.	85
ANEXO II: Cuestionarios 1 y 2.....	87
ANEXO III: Definición de términos	
ANEXO IV: Descripción de los resultados	
ANEXO V: Validez del instrumento: Juicio de expertos	88
ANEXO VI: Prueba de confiabilidad: Alfa de Cronbach (base de datos).....	97
ANEXO VII: Consentimiento informado institucional del lugar donde se realizó la investigación.	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Variable Cultura tributaria.....	76
Tabla 2: Variable Satisfacción del contribuyente.....	76
Tabla 3. Alfa de Cronbach V1.....	86
Tabla 4. Estadística de fiabilidad.....	86
Tabla 5. Alfa de Cronbach V 2.....	86
Tabla 6. Estadísticas de fiabilidad.....	86
Tabla 7. Validez de juicio de expertos V1 y V2.....	87
Tabla 8. Relación de la cultura tributaria y la satisfacción de los Contribuyentes.....	89
Tabla 9. Relación de los conocimientos y la satisfacción de los Contribuyentes.....	90
Tabla 10. Relación de los valores y la satisfacción de los contribuyentes.....	91
Tabla 11. Relación del comportamiento y la satisfacción de los Contribuyentes.....	92

RESUMEN

Objetivo: Determinar la relación de la cultura tributaria y la satisfacción de los docentes de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión, Huacho – 2017.

Metodología: Tipo y nivel de investigación: básica, de nivel correlacional.

Diseño: No experimental, de corte transversal, enfoque cuantitativo. Población:

566 docentes universitarios. Muestra: 171 docentes, Instrumento: dos

cuestionarios cada uno con 27 ítems, variable 1 y 2. Hipótesis: La cultura tributaria, se relaciona significativamente con la satisfacción de los contribuyentes

docentes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho-

2017: **Resultados:** Hipótesis general: existe una magnitud de 0,854 correlación positiva alta. Hipótesis específica 1, dimensión conocimiento, obtiene 0,718

magnitud de correlación positiva alta. Hipótesis específica 2: dimensión valores,

obtiene 0,718, que es magnitud de correlación positiva alta. Hipótesis específica

3: dimensión comportamiento, obtiene 0,805, que es magnitud de correlación

positiva alta, **Conclusiones:** la hipótesis general y las específicas fueron medidas

estadísticamente con el Rho de Spearman, revela un coeficiente de correlación positiva y alta.

Palabras claves: cultura tributaria y satisfacción de los contribuyentes docentes.

SUMMARY

Objective: Determine the relationship of the tax culture and the satisfaction of the teachers of the José Faustino Sánchez Carrión University, Huacho - 2017. Methodology: Type and level of research: basic, correlational level. Design: Non-experimental, cross-sectional, quantitative approach. Population: 566 university teachers. Sample: 171 teachers, Instrument: two questionnaires each with 27 items, variable 1 and 2. Hypothesis: The tax culture is significantly related to the satisfaction of the teaching taxpayers of the National University José Faustino Sánchez Carrión Huacho-2017: Results: General hypothesis: there is a magnitude of 0.854 high positive correlation. Specific hypothesis 1, knowledge dimension, gets 0.718 magnitude of high positive correlation. Specific hypothesis 2: dimension values, obtain 0.718, which is a magnitude of high positive correlation. Specific hypothesis 3: behavior dimension, obtains 0.805, which is high positive correlation magnitude, Conclusions: the general hypothesis and the specific ones were statistically measured with the Spearman's Rho, reveals a positive and high correlation coefficient.

Keywords: tributary culture and satisfaction of the teaching taxpayers.

INTRODUCCION

La tesis titulada Cultura tributaria y Satisfacción del contribuyente docente de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2017, se desarrolla en un contexto nacional que presenta carencia de cultura tributaria, factor importante, que se estudia para evitar que la población cometa evasión y elusión tributaria, también falta incidir en la formación de la persona desde las primeras etapas sobre sus tributarias y como lo recaudado es utilizado en beneficio de la sociedad.

Pese a contar con una base tributaria de contribuyentes que declaran y pagan sus obligaciones tributarias controlado y supervisado por el Sistema de registro único de contribuyentes, las personas no han adquirido conciencia tributaria, sus aportes son impuestos, razón por el cual muchos eluden estas responsabilidades convirtiéndose en infractores, los intentos significativos de incluir en algunos textos escolares y universitarios sobre materia tributaria, siguen siendo insuficientes. Su ampliación e incidencia, son tareas que corresponde a todos los ciudadanos para el logro del bienestar social, quiere decir presencia de mejores centros de salud, educación, transporte, carreteras y otros.

La Universidad José Faustino Sánchez Carrión de Huacho, ubicada en la ciudad de Huacho, Prov. Huaura, Región de Lima, alberga alrededor de 566 docentes nombrados, población sobre quienes recae la investigación. Presenta las variables: Cultura tributaria y Satisfacción del contribuyente, dentro de un marco que contribuyen al logro de una ciudadanía activa, solidaria y responsable, sin embargo, sus derechos y obligaciones aún son impuestos por el estado en

conformidad con la política tributaria. La pregunta principal que constituye la formulación del problema: ¿Cómo se relaciona la cultura tributaria con la satisfacción de los contribuyentes docentes de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2017? El objetivo determinó la relación de las dos variables, cuyas hipótesis, fueron medidas a través de la aplicación de las operaciones de análisis estadístico del coeficiente de correlación de Rho de Spearman.

La tesis está dividida en cinco capítulos que se resume:

El primer capítulo, se refiere al planteamiento del problema: antecedentes, planteamiento y formulación del problema, objetivos, justificación, alcances, limitaciones y definición de variables.

El segundo capítulo, resume el marco teórico, que incluye teorías generales, bases teóricas, para cada variable, marco conceptual e hipótesis.

El tercer capítulo, referido al método, incluye el diseño de investigación, estrategia de la prueba de investigación, variables, población, muestra, técnicas de investigación, instrumentos de recolección de datos, procesamiento y análisis.

El cuarto capítulo, contiene los resultados, contrastación de hipótesis, y análisis e interpretación con cuadros y tablas, que evidencian la correlación encontrada en ambas variables: cultura tributaria y satisfacción del docente.

El quinto capítulo referido a la discusión, presenta el análisis de resultados en comparación con otras investigaciones y resalta teorías relevantes, conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas.

Finalmente, la tesis constituye un primer intento en la Universidad José Faustino Sánchez Carrión, para propiciar la cultura tributaria, y la satisfacción del docente, participando en los programas de educación, divulgación y promoción, estrategias que coadyuvan al fortalecimiento de la conciencia tributaria cuyo efecto beneficia directamente a la sociedad.

Lima, noviembre del 2017

K.A.C.G

CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Antecedentes:

Muchos estudios se han realizado sobre la cultura tributaria, tanto en el extranjero como en el Perú; sin embargo, no hay suficientes investigaciones sobre la satisfacción de los contribuyentes y sus implicancias en la economía del país, y menos aún, en el contexto donde los tributantes son docentes universitarios. Los trabajos que presentamos a continuación constituyen antecedentes que es necesario considerar para la investigación efectuada.

Variable 1: Cultura tributaria

A nivel internacional:

Mendoza, Palomino, Robles & Ramírez (2016) *Correlación entre cultura tributaria y Educación tributaria universitaria: caso Universidad Estatal de Sonora. México, Artículo Científico.* Objetivo: Analizar si la cultura tributaria es competencia esencial en la estructura curricular del Programa Educativo de la Licenciatura en Comercio Internacional de la Universidad Estatal de Sonora México. Metodología: La investigación es de nivel descriptivo, Comprendió trabajo de campo, en el que se recolectaron datos directamente donde ocurren los hechos, sin manipulación o control de variable alguna. La muestra estuvo constituida por 236 alumnos, (169 pertenecen al último semestre en el momento

de la encuesta, 55 al quinto semestre y 12, al tercero.). Conclusiones: Inexistencia de una cultura tributaria en más de la mitad de la población universitaria y además no se informa adecuadamente sobre aspectos de tributación. Revista Global de Negocios Vol. 4, N° 1, 2016, pp. 61-76

Fierro, S. (2012) *Valoración de la ley reformativa para la equidad tributaria y la declaración de impuestos de los docentes y empleados de la Universidad Estatal de Bolívar, año 2011.* (Ecuador). Tesis para optar el Grado de Magister. Objetivo: Se pretendió realizar una valoración de la Ley Reformatoria para la Equidad Tributaria y su incidencia en la declaración de impuestos de docentes y empleados de la universidad. La investigación se basó en teorías filosóficas que sustentan las variables en estudio, (Ley de Equidad Tributaria). Metodología: La investigación fue de tipo básica, descriptiva, de campo, bibliográfica, transversal, cuantitativa, cualitativa, y sobre todo investigación acción ya que se pretendió mejorar la situación problema, con la aplicación de las estrategias de cambio. Población: 400 (220 docentes y 180 empleados). Muestra: 196 contribuyentes. Para la recolección de la información se utilizó la encuesta, que fue aplicada a los docentes y empleados de la UEB. Conclusiones: 1. Docentes y empleados de la Universidad Estatal de Bolívar en su gran mayoría desconocen la Ley de Equidad Tributaria por diferentes factores, pero especialmente a falta de capacitación. 2. No poseen cultura tributaria lo que ha incidido en una serie de problemas personales y de afectación también al Estado. 3. Docentes y empleados en un porcentaje considerable se dedican a ofrecer servicios profesionales aparte de sus labores en la universidad y esto requiere que

tengan el registro único del contribuyente (RUC) y el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

Guerrero, P. (2015) *La evasión tributaria e incidencia en la recaudación del impuesto a la renta de personas naturales en la Provincia del Guayas, periodo 2009-2012.* Universidad de Guayaquil, Ecuador. Tesis para optar el Grado de Magister. Objetivo: Determinar la incidencia de la evasión tributaria en la recaudación del impuesto a la renta de personas naturales en la Provincia de Guayas 2009-2011. Metodología: Investigación con enfoque mixto. Población: 992.716 (personas de la ciudad de Guayaquil). Muestra: 126 personas, Instrumento: Compuesto por 29 preguntas (11 para la variable mecanismos implementados y 18 para la variable evasión tributaria. Conclusiones: 1. La cultura tributaria se forma y fortalece a través de la educación. 2. La evasión tributaria impide al Estado redistribuir sus ingresos y proveer los servicios básicos a la población menos favorecida, ocasionando además la generación de un déficit fiscal. 3. Existen deficiencias de control y fiscalización por parte de la Administración Tributaria. 4. La evasión tributaria disminuye los ingresos que el Estado requiere para cubrir las necesidades sociales, deteriora la estructura social y económica del país.

Lara, I. (2014) *Hacia una concepción de gestión de la cultura tributaria en las Instituciones de Educación Colombianas: Un estudio de caso,* Universidad de Manizales. Colombia (Artículo científico). Objetivo: “Identificar la concepción... al igual que evaluar procedimientos y controles que pueden ser útiles para las

Instituciones educativas”. Metodología: Investigación exploratoria, que parte del paradigma cualitativo. Para la recolección de datos se utilizaron varias estrategias de comunicación. Técnicas: observación participante, la entrevista, el análisis documental, el taller y el conversatorio. Conclusiones: 1. Fomentar el bien común y alcanzar la formación de los individuos responsables y comprometidos con las buenas practicas tributarias. 2. Las formas de evasión están dadas por desventajas que la ley norma, para abrir a su paso tributo obligatorio de cumplimiento del ser socialmente responsable reconocida como estrategia de elusión. 3. La jurídica fiscal vigente trata de encausar en época reciente las buenas prácticas de los contribuyentes a pagar los tributos, requiere ser evaluada por su poca eficacia y por el malestar que deja en cada uno de los sectores que son administrados. 4. El contribuyente colombiano está en la fase de riesgo subjetivo y que no entra en la etapa del incumplimiento voluntario y debe superar varias barreras, implica entender el ciclo de la contribución, en tanto el impuesto se crea y se controla.

A nivel nacional:

En la revisión bibliográfica se han encontrado declaraciones de investigaciones de nivel correlacional, sin embargo, sus contenidos están relacionados a trabajos descriptivos, documentales, pero de importancia para el trabajo que se desarrolla, entre ellos tenemos:

Robles. D. (2016) *Los factores determinantes de la evasión tributaria en las microempresas del sector comercio de la ciudad de Chiclaya*, tesis para obtener el Grado de Magister. Universidad de Trujillo. Objetivo: Analizar los factores determinantes de la evasión tributaria en las microempresas del sector comercio

de la ciudad de Chimbote. Metodología: Es una investigación analítico descriptiva, con diseño de contrastación descriptivo correlacional. Población: 232 empresas acreditadas. Muestra: 92 micro empresas. Instrumento conformado por 18 ítems. Conclusiones: Los factores determinantes de la evasión tributaria en los microempresarios de la ciudad de Chimbote son la falta de conciencia tributaria, el sistema tributario complejo y las omisiones de las obligaciones tributarias. 2. La falta de conciencia tributaria es un factor determinante de la evasión tributaria, que se observa cuando la mayoría de microempresarios de la ciudad de Chimbote no pagan sus impuestos de manera voluntaria intentando frecuentemente pagar el menor tributo posible, porque piensan que existe un bajo riesgo de ser detectado por la administración tributaria y esto se degrada aún más al tener una percepción negativa del Estado, cuando se ven envueltos en actos de corrupción. Practican estas acciones con el objetivo de poder competir frente a otros negocios y así poder generar mayor rentabilidad. 3. El sistema tributario permite a las microempresas del sector comercio de la ciudad de Chimbote evadan impuestos, porque sus normas son poco claras, creadas por tributos anti técnicos con políticas recaudadoras, sumado a esto opinan que el acceso a la SUNAT es poco flexible.

Quintanilla, E. (2014) *La evasión tributaria y su incidencia en la recaudación fiscal en el Perú y Latino América*. Tesis para optar el Grado de Magister, Universidad San Martín de Porres. Objetivo: Establecer como la evasión tributaria incide en la recaudación Fiscal en el Perú y Latino América. Metodología: Investigación aplicada, se centra en el nivel descriptivo, estadístico

y de análisis, Para la contratación de hipótesis se hace uso de la correlación de Pearson (ji cuadrada) Población: 780 empresas del Perú. Muestra: 384 gerentes. Instrumento: Piloto. Conclusiones: a. La evasión de impuestos, ocasiona disminución en el nivel de fondos que maneja el gobierno. b. El análisis de los datos permitió conocer que el ocultar bienes o ingresos para pagar menos impuestos, determinan el nivel de ingresos tributarios. c. Se ha establecido que los datos obtenidos permitieron conocer que el acto ilícito que afecta al Estado, influye en el nivel de inversión de la recaudación para atender servicios públicos. d. El análisis de los datos permitió determinar que el incumplimiento de obligaciones tributarias, influye en el conjunto de gravámenes, impuestos y tasas que pagan las personas. e. El nivel de informalidad, influye en la política fiscal del Estado. f. Las evaluaciones de los datos obtenidos permitieron establecer que las infracciones administrativas, obedecen a las sanciones impuestas por la administración tributaria.

Variable 2: Satisfacción del contribuyente

A nivel internacional:

Rojas, J. (2015) *Un modelo de satisfacción de usuarios como herramienta de apoyo a la gestión de una Municipalidad. Análisis de los servicios entregados en edificio consistorial y departamento de desarrollo social de la Municipalidad del Prado.* Tesis para optar el Grado de Magister, Universidad de Chile. Objetivo: Desarrollar y analizar un modelo que identifique los factores de la organización que influyen en la calidad percibida y la satisfacción de los usuarios que acuden a los servicios que entrega una Municipalidad, de modo que apoye la gestión del

municipio tanto en los servicios del Edificio Consistorial como en él.

Metodología: Hace uso del análisis descriptivo, basado en el modelo de satisfacción del usuario de municipalidades, tomando modelos de ecuaciones estructurales. Población: personal de la municipalidad. Muestra: por conveniencia 340 encuestados. Conclusiones: 1. El modelo propuesto en este estudio cuenta con validez y fiabilidad estadística para la muestra aplicada y se logra explicar la varianza del factor satisfacción en un 82,4%, por lo que el modelo podrá ser aplicado, en lo posible, a una muestra probabilística que permita inferir hacia la población. 2. En cuanto a los resultados, se vio que el Factor Organizativo es el que más incide en la Satisfacción, distanciándose por lo menos 0,20 puntos respecto de los otros factores que determinan la Satisfacción (Factor Humano y Factor Espacios Físicos), 3. Se estableció una primera línea base de evaluación de los servicios, insumo importante para que cada jefatura establezca ciertas medidas a desarrollar para mejorar parte del proceso de atención.

González, N. (2016) *Análisis de la calidad de los servicios en el departamento de atención al ciudadano del servicio de rentas internas en el cantón La Troncal.* (Trabajo de investigación). Universidad La Católica de Cuenca, Ecuador. Objetivo: Analizar la percepción que tienen los usuarios del servicio de rentas internas en el cantón La Troncal, sobre los servicios que se prestan en el departamento de atención al ciudadano. Metodología: Enfoque cualitativo de tipo exploratorio descriptivo. Población: 21,377 atendidos. Muestra: 321 encuestados. Conclusiones: 1. Los contribuyentes tienen la impresión que los servicios públicos en general son buenos, sin embargo, en el análisis individual de

las respuestas se puede observar que existe un porcentaje significativo de usuarios que consideran de manera regular y mala la atención en los servicios públicos. 2. Los elementos físicos o tangibles satisfacen grandemente las expectativas de los beneficiarios, los elementos de señalización y comodidad en la sala equipamiento fueron evaluados de manera insatisfactoria. 3. En la segunda dimensión los usuarios perciben que la institución está orientada a la satisfacción del usuario y la solución de problemas, teniendo un bajo índice de insatisfacción.

González, N. (2016) cito a Navas, S. (2013), un estudio sobre la calidad en los servicios públicos de la salud en el Hospital San Sebastián del cantón Sigsig referida a la calidad de atención y satisfacción de los usuarios. Para el análisis se utilizó el modelo de medición SERVQUAL con el uso de GAPS propuesto por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) que busca identificar las causas por la que un servicio es ineficaz, toma como indicador la medición a la diferencia entre percepción y expectativas que los clientes reciben lo que los autores la llaman brechas. Dicho estudio concluyó que los usuarios se encuentran medianamente satisfechos en relación a la primera dimensión referida (servicio recibido), mientras que en lo referente a la segunda dimensión es evaluada de manera insatisfactoria por lo deficiente a equipos y material de laboratorio.

Lascurren, I. (2012) *Diagnóstico y propuestas de mejora de calidad en el servicio de una empresa de unidades de energía eléctrica ininterrumpida*, Universidad Iberoamericana. México. Tesis para optar el Grado de Magister. Objetivo: Diagnosticar los principales factores que tienen influencia sobre calidad

de servicio de la empresa para establecer una propuesta de mejora viable. Metodología: Investigación cualitativa descriptiva. Muestra no probabilística. Conclusiones: 1. Destaca la falta de interés de los clientes en participar, la aplicación del instrumento requiere de una hora de su tiempo. 2. La mayoría de respuestas que dieron los clientes resultan muy duras en sus respuestas. 3. Respecto al instrumento de la Guía de la entrevista fue complicado realizar, sin tener experiencia.

1.2 Planteamiento del problema

1.2.1 Descripción del problema

Con la cultura tributaria se busca que los ciudadanos adquieran conciencia, que es un deber constitucional aportar al Estado, para que este proporcione al país servicios públicos eficaces y eficientes, como parte de sus obligaciones principales. Todos los países tienen necesidad de captar ingresos para ser reinvertidos en el bienestar social cuyo beneficiario es directamente la sociedad en su conjunto, por esa razón se realizan los pagos de contribuciones, los mismos que influyen en la economía y el bienestar de los estados. Para lograr este objetivo se debe consolidar el fomento de la cultura tributaria desde edades muy tempranas, a través de programas de educación que generen conciencia tributaria con responsabilidad social, pues un grave problema en este aspecto son la elusión y la evasión fiscal. Vargas, C. (2012, p. 207 a 210).

Los Estados emplean múltiples mecanismos para lograr que los ciudadanos cumplan con sus obligaciones tributarias: uno de ellos es “la coacción”. Históricamente no se registran casos en que los fondos de un Estado se hayan llenado por la voluntad espontánea y consiente de los ciudadanos. En muchos casos, la obligación de aportar una parte de la renta privada para financiar las necesidades públicas ha sido como una imposición carente de sentido que solo se cumple bajo amenaza, o como el cumplimiento de un deber cívico, pero necesario para el bienestar colectivo.

El comportamiento de un contribuyente está definido por la estructura social y política de la comunidad donde habita que, a su vez, determinan la realidad fiscal. Frente a las características de esta estructura, el ciudadano contribuyente tiene que modificar su conducta. Esto implica que la contribución depende tanto del cumplimiento fiscal como del fraude, así como del uso y la calidad de los servicios públicos y prestaciones sociales.

Atoche (2015), citó a Solórzano (2011), sobre modificar conductas señala que, “El único camino para combatir estas actividades ilícitas es mediante la cultura tributaria para ello se tiene que implementar y reforzar los proyectos existentes con programas más radicales que permitan despertar el interés de nuestros aliados estratégicos los docentes, quienes a través de ellos puedan impartir estos conocimientos y valores a la población estudiantil de los tres niveles de la Educación Básica Regular – EBR que comprenden Educación Inicial, Educación Primaria y Educación Secundaria”, sin duda el futuro de estos niños y adolescentes serán el futuro de ciudadanos, autoridades, conductores

del destino de nuestro país con valores sólidos, que combatan la corrupción y evasión tributaria.

Armas y Colmenares (2009), citó a Méndez (2004), señalando que por cultura tributaria “ se entiende como el conjunto de valores, conocimientos y actitudes compartido por los miembros de una sociedad respecto a la tributación y la observancia de las leyes que la rigen, esto se traduce en una conducta manifestada en el cumplimiento permanente de los deberes tributarios con base en la razón, la confianza y la afirmación de los valores de ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social de los contribuyentes.” p. 148 y158

Del párrafo anterior deducimos que la cultura tributaria está basada en la conducta del ser humano y de la conciencia de sus deberes cívicos. Las experiencias a nivel mundial, presentan a los países de mayor desarrollo como producto de la responsabilidad de sus ciudadanos en el cumplimiento de sus obligaciones, asunto que dista de los países en vías de desarrollo, por eso su insuficiente crecimiento. Existen dos aspectos importantes en la cultura tributaria: el primero, lo legal que corresponde al control, obligado y sancionador, mientras que el segundo de tipo ideológico, concomitante con el grado de satisfacción de sus contribuyentes, que requiere de un Estado honesto y que invierta en programas sociales que conlleven al desarrollo integral de las naciones.

La historia nos informa que la cultura tributaria en los países del mundo y de América Latina ha evolucionado grandemente. Existen investigaciones que se han preocupado por conocer las consecuencias del incumplimiento tributario, así

como de la existencia de instituciones cada vez más sofisticadas en hacer cumplir las normas. Sin embargo, todo esto sigue siendo insuficiente porque a nivel gubernamental y congresal no se ha logrado vencer los artilugios para esconder, defraudar, desfalcocar al sistema económico. Es visible por lo dificultoso de la lucha contra la evasión de impuestos, el esfuerzo por controlar el cumplimiento tributario y generar un riesgo creíble. Sin duda hay una ruptura entre la ley, la moral y la cultura, elementos que regulan el comportamiento humano, logrando a través de sus programas y proyectos un cambio de hábitos de conducta, influyendo en la gestión pública, el gobierno y la sociedad civil. A lo largo de las últimas décadas los países del mundo han implementado nuevas estrategias a fin de promover el cumplimiento del deber tributario, sin embargo, en este aspecto “es profundo el divorcio entre lo cultural, moral y lo ético.” Roca, C. (2013).

En el Perú, es ostensible la carencia de una cultura y conciencia tributaria, factores importantes que contribuyen a evitar que la población cometa evasión y elusión tributarias. Para revertir este estado de cosas es necesario que la ciudadanía, desde sus etapas formativas, conozca sus tributarias y cómo lo recaudado es utilizado en beneficio de la misma sociedad, su desarrollo y el mejoramiento de la calidad de vida.

A modo de historia debemos recordar que la tributación en el Perú, tiene dos momentos relevantes: el antes y el después de la llegada de los españoles. Es así que el Estado recibió bienes en calidad de moneda, especie o trabajo, que sirvieron para la construcción de obras a favor de la población. Siguiendo las ideas de Amasifuen, R. (2015), resumimos por épocas:

- a) Tahuantinsuyo: Su fundamento de tributación, fue la reciprocidad y redistribución. Sus contribuyentes fueron los runas y el destino fueron obras públicas y mantenimiento del sistema social (nobleza, milicia y culto).
- b) Colonia: Fundamentada en la legislación colonial. Sus contribuyentes eran los indígenas y, en menor cantidad, los españoles y americanos. El destino de los recursos fue el mantenimiento del sistema administrativo colonial y el enriquecimiento de la Corona.
- c) Republica: El fundamento de la tributación se da en la legislación de la República democrática. Sus contribuyentes son los ciudadanos en cumplimiento de la Ley y el destino de los aportes se invierten en obras y servicios públicos y mantenimiento de las instituciones administrativas.
- d) Periodo de 1991 a la actualidad: Hay consolidación institucional de la administración tributaria SUNAT: En abril 1991: Decreto Legislativo N° 639, se aprueba una nueva reorganización de la SUNAT modificando el Decreto Legislativo N° 501 y el Decreto Supremo N°092-EF.

Los logros más trascendentales de la reforma estructural, son:

- a) Logra reconstruir la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, que a junio de 1990 había colapsado, tanto política como administrativamente. Se ha modernizado totalmente su organización y administración, introduciendo con fuerza la tecnología de punta (los sistemas informáticos) al control de la recaudación, la fiscalización y cumplimiento de las obligaciones tributarias.

- b) Se ha simplificado el sistema tributario nacional que también a junio de 1990 también había colapsado, en la actualidad la recaudación tributaria se basa principalmente en dos impuestos, el Impuesto General a la Ventas y el Impuesto a la Renta, en conjunto ambos impuestos representan el 69% de la recaudación nacional.
- c) Se ha ampliado la base tributaria de contribuyentes que declaran y pagan sus obligaciones tributarias, para cuyo efecto se han desarrollado sistemas que son todo un hito en la administración tributaria de nuestro país: Sistema de Registro Único de Contribuyentes - RUC, Sistema de Control de la Recaudación Tributaria).

Se ha logrado cambios muy significativos en el desarrollo de la conciencia tributaria como la introducción al currículo escolar de los contenidos sobre materia tributaria y campaña de educación en el nivel universitario y profesional, así como la orientación al contribuyente a través de puntos de atención en forma descentralizada.

La reforma estructural de la Administración Tributaria se ha convertido en el pilar de la política económica, la política fiscal y por ende en una de las administraciones tributarias más desarrolladas de América Latina. (Revista gestión en el Tercer Milenio. Año2. N°3. agosto 1988).

En la investigación, describimos la cultura tributaria (V_1) y la satisfacción de los contribuyentes docentes (V_2) de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión en el distrito de Huacho 2017, Provincia de Huaura, Región Lima Provincias, como variables que contribuyen al logro de una ciudadanía

activa, solidaria y responsable, consciente de sus derechos y obligaciones. Esta Universidad, alberga alrededor de 566 docentes nombrados, población que constituye el universo de la investigación. Determino la relación de las dos variables, cuyas hipótesis fueron medidas aplicando las operaciones del análisis estadístico del coeficiente de correlación del Rho de Spearman.

La imposición tributaria recae sobre sus salarios y trabajos extras: enseñanza en el postgrado, participación en proyectos de investigación, procesos de admisión, cursos intensivos, cursos de titulación, propiedades. Siendo los aportes de carácter impositivo y no voluntario, como parte de la política tributaria impuesta por el Estado.

1.2.2 Formulación del problema

Problema general:

¿Cómo se relaciona la cultura tributaria con la satisfacción de los contribuyentes docentes de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2017?

Problemas específicos:

- 1) ¿Cómo se relaciona los conocimientos con la satisfacción de los contribuyentes docentes de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2017?

- 2) ¿Cómo se relaciona los valores con la satisfacción de los contribuyentes docentes de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2017?

- 3) ¿Cómo se relaciona el comportamiento con la satisfacción de los contribuyentes docentes de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2017?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general:

Determinar la relación de la cultura tributaria y la satisfacción de los docentes de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión, Huacho – 2017.

1.3.2 Objetivos específicos:

- 1) Identificar la relación de los conocimientos con la satisfacción de los contribuyentes docentes de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2017
- 2) Identificar la relación de los valores con la satisfacción de los contribuyentes docentes de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2017
- 3) Identificar la relación del comportamiento con la satisfacción de los contribuyentes docentes de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2017.

1.4 Justificación

La investigación busca, la aplicación de la teoría y los conceptos sobre cultura tributaria, para impulsar el cumplimiento de la política tributaria a través de sus directrices, orientaciones, criterios y lineamientos, luego conocer el sistema tributario a través del código tributario, que emite dispositivos legales a través de los cuales se implementa la política tributaria, difundir y finalmente la administración pública, que juega un papel importante a través de sus instituciones con sus programas, ejecutan y controlan las acciones concretas en lo que a recaudación se refiere.

1.5 Alcances y limitaciones.

1.5.1 Alcances.

Permite:

Impulsar el cumplimiento de una obligación legal, transformándola en una responsabilidad voluntaria de parte de los ciudadanos que se circunscriben en nuestro país, que comparte los espacios comunes, y requieren de servicios públicos que solo el Estado puede desarrollarlo por su capacidad legislativa y ejecutiva. Así tenemos la educación, salud, la defensa, la seguridad, justicia y construcción de obras públicas, motivo por el cual la docencia universitaria que es el universo de esta investigación, propicie cultura tributaria participando en los programas de educación, divulgación y promoción, estrategias que coadyuvan al fortalecimiento de la conciencia tributaria cuyo efecto beneficia directamente a la sociedad.

Propiciar en la sociedad sensibilización, que es el ingrediente para el desarrollo y progreso de los pueblos y los conocimientos y experiencia, valores y comportamiento se enfoque hacia una formación cívica tributaria y de solidaridad.

A partir de esta investigación se deben realizar eventos de información, educar para exigir comprobantes, evitar la evasión de impuestos que atentan contra el desarrollo económico del país. Para lograr necesitamos propiciar diseños curriculares que inculquen comportamientos y hábitos en edades tempranas, para lograr una sociedad con contribuyentes a conciencia, moral y ética.

1.5.2 Limitaciones:

Dificultades para la aplicación del instrumento por las diversas ocupaciones de los docentes universitarios.

Muestra de 171 docentes, requirió de varios aplicadores de la encuesta, que fueron previamente capacitados, (alumnos de la Facultad de Ciencias Sociales), matriculados en el curso de Metodología de la investigación, lo que garantizó la aplicación del instrumento con la dirección y monitoreo de la investigadora.

La docencia universitaria, posee poco conocimiento sobre cultura tributaria, se desconoce el desenlace de los descuentos efectuados a sus haberes y otros. Por eso dentro de las categorías alto medio y alto, obtienen los docentes una categoría media en torno a cada una de las dimensiones que caracteriza a cada variable.

1.6 Definición de variables

Particularizando cada variable tenemos:

- Cultura tributaria: conocimientos, valores y actitudes con que los individuos de una sociedad construyen una imagen de los impuestos a partir de una combinación de información, percepción y experiencia sobre la acción y desempeño del Estado. Muchos estudios usaron este concepto, Armas y Colmenares, 2009, Mendoza, 2016). Citaron a Méndez (2004).
- Satisfacción de los docentes contribuyentes, quienes reciben la información, la organizan e internalizan y actúan de acuerdo a sus actitudes y valores en función de las directivas que emanan del Estado y que se cumplen a través de las instituciones (Universidad) que se ven reflejados en los impuestos a la renta. Solórzano, D. (2015).

Consiste “en la atención de las demandas de información, orientación y asistencia que los contribuyentes que requieren para el cumplimiento de sus obligaciones. Manual de organizaciones impuestos prediales 2014.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Teorías generales relacionadas con el tema

De las diversas teorías que se aplican en el Derecho tributario, aliado a la cultura tributaria y la satisfacción del contribuyente, consideramos pertinente trabajar con las siguientes teorías:

Variable 1: Cultura Tributaria

2.1.1 Teorías de la cultura tributaria.

A. Teorías de la imposición tributaria

“La imposición tributaria se caracteriza por ser unilateral, vertical, coercitiva y ser estrictamente de contenido económico. Es unilateral porque es el estado que de forma unilateral sin la necesidad de consulta pública el que crea

tributos a partir de un estudio técnico de la realidad del país y mediante mecanismos de control económico”. <http://www.teorias.com>

“Es vertical porque es una imposición de arriba para abajo, son los tributos los que llegan al contribuyente según sea el parecer del legislador y son estos los que logran la recaudación fiscal para poder así formar el tesoro público y planificar el gasto a través del presupuesto general de la república que debería ser inspirado en la necesidades reales de la sociedad.”

<http://www.monografias.com/trabajos13/clapre/clapre.shtml>

Es coercitivo por que viene con fuerza de presión e intimidación, es decir el incumplimiento de esta imposición acarrea una sanción, dada para intimidar a la población al cumplimiento de sus actividades tributarias.

Es de contenido económico, porque la imposición tributaria en este país se paga a través de dinero no a través de especies, ni trabajo, siendo así todos los tributos de contenido económico aunque excepcionalmente se puede pagar en especies. Fierro, S. (2011).

a. Teoría de los servicios públicos.

“Conforme a esta teoría, se considera que el tributo tiene como fin costear los servicios públicos que el estado presta, de modo que lo que el particular paga por concepto de gravamen es el equivalente a los servicios públicos que recibe”.

<http://www.monografias.com/trabajos14/verificservicios/verific.sevicios.shtml>

El Estado destina grandes cantidades de dinero para la realización de obras públicas para el desarrollo de nuestra sociedad, sin embargo, también parte de

estos aportes se destinan a representaciones, que no necesariamente son significativos para el país.

La noción del servicio público varía de un estado a otro, así el concepto de servicio público en la actualidad es vago e impreciso, por estar supeditado a las ideas políticas, económicas y sociales en cada estado. Fierro, S. (2011, p. 40). Para generar recursos que satisfagan el gasto público, recurre a la imposición tributaria de los ciudadanos.

b. Teoría del Eheberg

La teoría de Eheberg se puede sintetizar expresando que el pago de los tributos es un deber que no necesita un fundamento jurídico especial. Flores Zavala al comentar esta teoría nos dice que Eheberg considera el deber de tributar como un axioma que en sí mismo no reconoce límites pero que los tiene en cada caso particular en las razones de oportunidad que aconseja la tendencia de servir el interés general. El último fundamento jurídico del tributo es precisamente, que no necesita fundamento jurídico alguno. Así como la nación y el estado, no sólo en casos graves, sino fundamentalmente en todo tiempo, pueden pedir la ofrenda de la vida a todo ciudadano, sin que para ello necesite ningún fundamento jurídico especial, así también tratándose de la ofrenda de cosas mucho menos valiosas que la vida, debe considerarse como un axioma el que cada cual debe aportar a la comunidad las fuerzas y valores económicos de que dispone, cuando así lo exige el bien general.. Esta teoría ha sido criticada como simplista y materialista además que da al margen de la filosofía y la crítica jurídica y económica. Citado por Fierro, S. (2011, p. 40), Chávez, P. (1993).

c. Teoría de relación de sujeción

Esta teoría señala que la obligación de las personas de pagar tributos surge simplemente de su condición de súbditos, es decir, de su deber de sujeción para con el Estado. En otros términos, la obligación no está supeditada a que el contribuyente perciba ventajas particulares, pues el fundamento jurídico para tributar es puro y simplemente es la relación de sujeción, por lo tanto, esta teoría carece de importancia, la clasificación de los tributos en atención a los servicios públicos que con ellos se sufragan (Chávez, P. 1993, p.47 al 49).

El producto de un desarrollo cultural y social, se da cuando sus habitantes entiendan voluntariamente sobre la obligación de aportar y con esos aportes contribuir al bienestar de la sociedad. En este caso todos tributan incluidos los extranjeros, pensar que una obligación tributaria tiene como única fuente de “sujeción” es desconocer el contenido filosófico y ético jurídico

d. Teoría de la necesidad social

Andreozzi, expresa que el fundamento esencial del tributo es la satisfacción de las necesidades sociales que están a cargo del Estado. Para explicar su teoría, hace una comparación entre las necesidades del hombre en lo individual con las de la sociedad, las cuales dividen dos clases: físicas y espirituales. En su concepto, las necesidades físicas del hombre son: alimentos, vestido, habitación y, en general, todas aquellas que son indispensables para subsistir. Considera que una vez satisfechas las necesidades físicas, se le presentan al hombre aquellas necesidades que significan mejorar sus condiciones de vida, las que lo elevarán

espiritualmente y le proporcionarán una mejoría en su persona, como la cultura intelectual y física y, en general, todo lo que le permita su superación personal.

<http://www.monografias.com/trabajos55/ley-tributaria/ley-tributaria2.shtml#ixzz4kLVK6oXs>

Coincidimos con Andreozzi, que el tributo satisface necesidades, y prioriza razones físicas, y espirituales lo que contribuye con el bienestar del hombre y por consecuencia de la sociedad.

e. Teoría del seguro

Los tributos se consideran como el pago de una prima de seguro por la protección que el estado otorga a la vida y al patrimonio de los particulares.

Es decir, el pago de los impuestos, tasas y contribuciones es una simple póliza de seguro, es un pago por el resguardo de la propiedad y de los derechos fundamentales, es un pago por la protección estatal.

<http://www.monografias.com/trabajos55/leytributaria/leytributaria2.shtml#ixzz4kLVK6oXs>

Flores Zavala señala que esta teoría se encuentra inspirada en la teoría política del más puro individualismo, se argumenta que el tributo que los ciudadanos pagan, constituye una prima por esa garantía.

Los defensores de esta teoría, parten de un principio falso, porque la actividad del estado no está reducida a la protección de la vida y de los bienes de sus súbditos. Es una teoría alejada de la realidad, porque el estado no actúa como una empresa de seguros cuando un ciudadano es afectado en su patrimonio o en su persona.

f. Teoría del gasto público

La habitual obligación legal de manifestar el gasto que se deriva de los menores ingresos públicos en razón a los beneficios o excepciones fiscales de diverso tipo. Lo que constituye el denominado “gasto fiscal”, el gasto que está implícito en las exenciones y bonificaciones, reducciones y desgravaciones, que suponen desviaciones de la estructura propia de cada tributo, constituyendo verdaderas discriminaciones en beneficio de determinadas rentas o actividades, de manera que favorecen la consecución de objetivos de naturaleza económica o social. Hoy en día existe una fuerte tendencia política que favorece la simplificación de las figuras tributarias, como vía para reducir los costes asociados al cumplimiento de las obligaciones contributivas y de transparentar el reparto de las cargas fiscales, esta simplificación requiere necesariamente la eliminación de las diversas exenciones y bonificaciones que caracterizan a muchos tributos como es el caso del impuesto sobre la renta. Una de las propuestas más discutidas en este sentido es la del impuesto sobre la renta con tipo único o flat tax. ³⁴. La problemática de la eficiencia del gasto público que, como se ha visto, está directamente vinculada a las características de los procesos de decisión y de producción del Sector Público. La consecución de ganancias en eficiencia es posible, entonces, por medio de la introducción de cambios institucionales que modifiquen los incentivos de los distintos agentes que intervienen en los procesos políticos. La mejora de las técnicas de evaluación y control del gasto público es una de las vías para lograrlo.

<http://www.personales.ulpgc.es/jbrito.daea/8.%20TeoriaGastoPublico>.

g. Teoría tributaria del sacrificio

El impuesto es un sacrificio, que debe ser lo menor posible, está en función de dos variables: la mayor igualdad de repartición del impuesto entre los ciudadanos y el mínimo obstáculo puesto al aumento de la producción. Esta teoría se considera acertada, porque el impuesto significa para el que paga un sacrificio porque no obtiene compensación alguna concreta, visible, medible, por la disminución de sus rentas o de su patrimonio que sufre al pagar el impuesto y el Estado al establecer el impuesto, deberá tomar en cuenta esta situación para que ese sacrificio sea el menor posible. Citado por Atoche, R. (2015, p. 16 a)

B. Teorías del impuesto a la Renta

1. Teoría de la Renta-Producto.

Donde la Renta es la utilidad o ganancia susceptible de obtenerse periódicamente de una fuente más o menos durable en estado de explotación, tales como; capital, trabajo o la aplicación conjunta de capital y trabajo. El art. 1.a de la ley del Impuesto a la Renta del Perú, ha recogido con amplitud los alcances de esta concepción teórica de tal manera que los ingresos eventuales no quedan comprendidos dentro del ámbito de aplicación del impuesto. Notamos que la ley describe de modo expreso. y detallado a la renta gravable (aspecto objetivo), pero guarda silencio sobre los sujetos que obtienen dicha renta (aspectos subjetivos) Citado por Atoche, R. (2015, p. 16 b)

2. Teoría flujo de riqueza.

Donde el concepto de renta se identifica con el beneficio o utilidad obtenida en un periodo determinado con procedencia de que provenga de una fuente periódica o durable. En el campo de la Política Fiscal esta teoría considera renta gravable a todo beneficio económico que fluya hacia un sujeto. Pasando al terreno legal peruano, el tema es más complicado. No existe un artículo de la LIR que consagre de modo general todos los alcances de la teoría flujo de riqueza. Nuestro legislador recoge algunos casos que se encuentran comprendidos dentro de la teoría flujo de riqueza. En este sentido la ley peruana tiene que proceder con la descripción de cada uno de estos casos por separado. Por ejemplo el art. 1.b de la LIR señala que la ganancia de capital se encuentra afecta al Impuesto a la Renta. En este caso la LIR señala de modo expreso el aspecto objetivo del hecho generador (ganancia de capital).

Con relación al aspecto subjetivo apreciamos que-por regla general- la LIR guarda silencio. En cambio, por excepción, la LIR se refiere de modo expreso a la persona natural cuando por ejemplo el último párrafo del art. 2 de la LIR señala que no constituye una ganancia de capital gravable el resultado la enajenación de la casa- habitación por parte de una persona natural. Es verdad que en este caso la LIR se refiere a una renta infecta. Pero, indirectamente, nos da a entender que constituye una renta gravada con el Impuesto a la Renta el resultado de la enajenación de predios tales como una casa de playa—inicialmente adquirida para recreo personal y familiar- cuando es realizada por una persona natural. Citado por Atoche, R. (2015, p. 17 c)

3. Teoría del consumo más incremento patrimonial.

Donde la renta se determina en función de los cambios en el valor del patrimonio durante un periodo determinado debiéndose tener en cuenta los consumos realizados. Se relaciona mucho con la renta ficticia o las rentas imputadas, también se le llama a la tercera teoría de goce o disfrute. Por ejemplo el art. 1.d de la LIR establece que se encuentran sometidas al Impuesto a la Renta las rentas imputadas (atribuidas) que detalla la LIR a lo largo de su texto. Uno de estos casos aparece en el art. 23 de la LIR, según el cual se configura una renta (ficta) cuando el propietario de un predio cede su uso a título gratuito. Definitivamente este dispositivo legal se refiere a la persona natural que cede el indicado predio. Citado por Atoche, R. (2015, p. 18 d)

Variable 2: Satisfacción del contribuyente

2.1.2. Teorías de la satisfacción del contribuyente

A. Teorías sobre la satisfacción del cliente

Toniut, H. (2013), en su tesis sobre la Medición de la satisfacción al cliente en supermercados de la ciudad del Mar de Plata, menciona que:

Los modelos cognitivos estudian al ser humano desde la óptica del procesamiento de la información. Los supuestos de esta concepción toman al cliente como un ser racional que analiza diferentes aspectos y características de un producto y realizar una evaluación del mismo. Los modelos dominantes que estudian la satisfacción del cliente, ofrecen tres modelos teóricos de carácter cognitivo. Los modelos están relacionados con el paradigma de confirmación de las expectativas, la teoría de la equidad y la teoría de la atribución causal.

Se exponen modelos mencionados por el investigador:

a. Teorías de la confirmación de expectativas

Esta teoría establece que antes del proceso de compra, el cliente establece una serie de expectativas a priori de los beneficios y desempeño que recibirá al usar el producto. En la medida que el desempeño sea superior a las expectativas existirá satisfacción.

Según RAE (Real Academia de la Lengua) es “la sensación interior que resulta de una impresión material hecha en nuestros sentidos”

Son tres los resultados posibles en la comparación entre las expectativas y la percepción realizada por el cliente. La insatisfacción se produce cuando las expectativas superan a la percepción, es decir, mi creencia. El servicio que iba a recibir, es mayor a los que realmente ha recibido. A esta forma se le denomina des confirmación negativa.

En segundo lugar, existe la satisfacción nula, cuando la expectativa es igual a la percepción, es decir, que el cliente recibió lo que esperaba recibir. En ese caso el cliente no ha quedado satisfecho ni insatisfecho. Algunos autores lo denominan confirmación de las expectativas. (Tonuit, 2013).

Finalmente, cuando las percepciones exceden las expectativas, el resultado experimentado por los consumidores es de satisfacción. En este caso, el cliente recibió más de lo que esperaba recibir por parte de la empresa. También denominada des confirmación positiva.

b. Teoría de la equidad

Supone evaluar la satisfacción como consecuencia de un proceso de comparación social como dice Sierra, citado en Tonuit (2013), donde los individuos evalúan su satisfacción no solo en función de la relación costos beneficios sino también a partir de los de otras personas de su contexto social. El funcionamiento de la equidad, también denominada justicia distributiva, se basa en la valoración de situaciones equitativas o no equitativas.

c. Teoría de la atribución causal

Feijóo, Caro, Gil y Quintana citado por Tonuit (2013), esta teoría se fundamenta en el hecho de que los seres humanos atribuyen causas a los errores y virtudes con los que se encuentran en el momento de realizar un acto de consumo, y esas atribuciones pueden influir sobre la satisfacción. Según esta teoría podrían penalizar a una empresa por un error cometido o salvar a la otra al interpretar que el error que produjo una merma en el rendimiento es entendible. Por ejemplo, en el caso de las colas en los mercados ya son más baratos.

La atribución causal es un fenómeno de carácter cognitivo- egocéntrico, la explicación de un hecho se debe por una parte a la percepción de la realidad que tenga el individuo y por otra a la protección de la autoestima. Las atribuciones pueden ser debidas a causas internas (propias del individuo) y atribuciones debidas a causas ambientales o externas (relacionadas con el entorno).

Cuando se produce un error, si el consumidor o usuario lo atribuye al producto, al servicio o a los proveedores es más probable que aparezcan emociones relacionadas con el enfado, la repugnancia y el desprecio. Si se atribuye al mismo, son más probables las emociones, culpabilidad y la sorpresa. Si se atribuye la situación, son más probables las emociones de temor y tristeza.

El fundamento de la teoría de la atribución causal es que los clientes realizan inferencias sobre las causas de los errores que se producen en la prestación del servicio.

d. Teoría de la asimilación

Con respecto a esta teoría, Tonuit (2013) menciona que el modelo de confirmación, supone que las expectativas se muestran estáticas, sin embargo, estas van cambiando (sic) experiencia que supone un ajuste de las expectativas. Citando a, Tonuit. menciona que es un “marco de referencia inicial a partir del cual se realizan juicios comparativos”, confirmación de las expectativas traducida por la teoría de la asimilación. Según esta visión, “cuando existe una discrepancia entre las expectativas y el resultado obtenido, los individuos ajustan retroactivamente sus expectativas con la finalidad (sic) reducir la tensión psicológica”.

e. Modelo de rendimiento percibido

Según Tonuit, H. (2013), este hace referencia a que los resultados que produce un determinado producto son los que satisfacen las necesidades de los clientes. Esta teoría es aplicable a los productos nuevos o que son utilizados por los clientes por primera vez. De esta forma el rendimiento favorable percibido por un cliente generará satisfacción independientemente de las expectativas y la disconformidad presentada.

Según Brest (2007), en su libro de Marketing estratégico en relación a los clientes dice lo siguiente:

Los clientes tienen requisitos y expectativas, explícitas e implícitas, que influyen en su grado de satisfacción o frustración posterior. Existen algunas características en los

productos que los clientes dan por hechas, y cuya ausencia produce extrema insatisfacción. Otras características, diseñadas con buena intención, disgustan a algunos clientes. Por ejemplo, el icono del asistente de Microsoft Office irrita a algunos usuarios, y por ello la compañía ha incorporado una función que permite ocultar dicho icono. Existen algunas características que el cliente no espera, pero que, en caso de darse, le sorprenden, y le producen una alta satisfacción. El método Kano es una herramienta de ingeniería de concepto, que se desarrolló para ayudar a los ingenieros de diseño de producto, a una mejor comprensión de lo que los clientes desean tener o evitar, así como a entender las dimensiones del producto que influyen en su nivel de satisfacción. A continuación, resumimos los cinco tipos de características de producto que el método Kano se encarga de medir:

1. Características básicas: se denominan así porque su ausencia puede suponer que el cliente no tenga ningún interés en el producto. Por otra parte, su presencia no incorpora mayores niveles de satisfacción.
2. Características de resultados: estas características del producto tienen un impacto directo en la satisfacción del cliente. La mejora de su calidad aumentaría la satisfacción del cliente y unas malas prestaciones ocasionarían su insatisfacción.
3. Características de entusiasmo: son los requisitos que el cliente no espera o no expresa, pero que, si se dan, contribuyen a la mejora de la satisfacción del cliente. Si no existen estas características el cliente no se muestra insatisfecho. Los factores de entusiasmo son motores ocultos de posibles mejoras del valor ofrecido al cliente.

4. Características de frustración: son características que el cliente no desea y cuya presencia causa algún nivel de insatisfacción, pero la satisfacción no mejora si dichas características desaparecen. Algunos productos ofrecen demasiadas características que hacen que su uso resulte demasiado complicado para el consumidor. La eliminación de estas complejidades disminuiría la insatisfacción del cliente, pero no aumentaría su satisfacción con el producto.
5. Características indiferentes: son características que al cliente no le importan. Su presencia no es motivo ni de satisfacción ni de insatisfacción. Si no estuvieran, el nivel de satisfacción no cambiaría. La eliminación de estas características podría disminuir el costo del producto, sin afectar al nivel de satisfacción del cliente.

Hernández, P. (2011), nos refiere sobre las Tendencias metodológicas para realizar estudios de satisfacción de usuarios, su importancia e implicancia en la investigación, métodos, técnicas e instrumentos que se han seguido para evaluar la satisfacción de los usuarios de información. p. 353.

Métodos, técnicas e instrumentos de medida

En términos generales la tendencia ha sido la cuantitativa y como representante máxima la técnica de encuesta, la cual ha sido ampliamente usada en todo el mundo, incluso la medición de aspectos cualitativos se hace mediante esta técnica. Un método que se ha empezado a utilizar es el Delfos (elphi), sirve para generar proyecciones y resolver problemas futuros. El estudio se hace con expertos en el tema que se investiga, se crea un instrumento de medida (generalmente un cuestionario) y se circula entre los

especialistas, hasta conseguir un consenso en las respuestas. Se hacen de dos a tres vueltas, en cada una el investigador deberá analizar y depurar las respuestas y volver a circularlo. Su aplicación es anónima, con el fin de que no existan influencias que pudieran sesgar los resultados. Un ejemplo de la aplicación de este método para realizar estudios de satisfacción es la investigación realizada por Aparecida (1996), ella utilizó este método para detectar los factores que influyen en la calidad de los servicios desde la percepción del personal bibliotecario, de las áreas de circulación y referencia.

Técnicas de tipo cualitativo que se pueden seguir:

Incidente crítico. Es una técnica que sirve para recolectar hechos importantes de comportamientos realizados en situaciones específicas. Estas situaciones se denominan incidentes críticos: Por incidente se entiende cualquier actividad humana observable que es suficientemente completa por sí misma para permitir que se hagan inferencias y predicciones acerca de la persona que realiza el acto. Para ser crítico, un incidente debe ocurrir en una situación en donde el propósito o intención del acto sea bastante claro al observador y en donde sus consecuencias sean suficientemente definitivas como para dejar poca duda acerca de sus efectos. (Hernández, 2008, p. 62) Los datos se recolectan utilizando un cuestionario generalmente con preguntas abiertas, una entrevista o un ensayo amplio y descriptivo, estos instrumentos deben aplicarse inmediatamente después que un incidente haya ocurrido, ejemplo: una entrevista de consulta; una búsqueda de información.

Grupo focal. Estudia la opinión de un grupo específico de sujetos (no más de 10) que son seleccionados como informadores clave, es definido como:

[...] una técnica de la investigación cualitativa cuyo objetivo es la obtención de datos por medio de la percepción, sentimientos, actitudes y opiniones de grupos de personas [...] Por medio de esta técnica los entrevistados hablan en su propio lenguaje, desde su propia estructura y conceptos y son animados para seguir sus prioridades en términos propios. (Hernández, P. 2008, pp. 36-37).

Análisis de contenido. Se basa en el contenido manifiesto de cualquier mensaje o comunicación. Este contenido es analizado puntualmente a partir de generar una serie de categorías que serán identificadas en los documentos o registros que contienen un mensaje (visual, auditivo o audiovisual), para ser cuantificadas y analizadas cualitativamente, dando como resultado inferencias que nos permitirán adecuar un sistema o servicio de información.

Debate en grupos de interés. Es una técnica de comunicación oral que permite exponer un tema y una problemática. Hay integrantes, un moderador, un secretario y un público que participa. No se aportan soluciones solo se exponen argumentos. En el caso de la satisfacción de usuarios, ese grupo de interés estaría conformado por usuarios que abordaran diferentes tópicos relacionados con los servicios de la biblioteca, tales como:

Evaluación de las colecciones. Normas de comportamiento al utilizar los diversos recursos y servicios. Análisis y evaluación de los servicios. Comportamiento en la búsqueda de información. Reacción ante los servicios nuevos.

Gestión de reclamaciones. De lo que se trata es de promover la generación de reclamos entre la comunidad de usuarios. Hernández, P. (2011). pp. 355y 356, 357)

2.2 Bases teóricas especializadas sobre el tema:

Variable 1

2.2.1 La Cultura Tributaria

La cultura tributaria se entiende como un conjunto de valores, conocimientos y actitudes compartidos por los miembros de una sociedad respecto a la tributación y la observancia de las leyes que la rigen, esto se traduce en una conducta manifestada en el cumplimiento permanente de los deberes tributarios con base en la razón, la confianza y la afirmación de los valores de ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social, tanto de los contribuyentes, como de los funcionarios de las diferentes administraciones tributarias. Cabe considerar que la falta de cultura tributaria es la principal causa de la evasión y los ilícitos tributarios, dentro de la cual está inmersa la administración tributaria en general, trayendo como consecuencia el desmejoramiento, principalmente del sistema de recaudación tributaria, y los altos índices de evasión y fraude fiscal, así como el desconocimiento, por parte del ciudadano, del cumplimiento de los deberes formales establecidos en las distintas leyes que rigen los tributos, (Golia 2003, p. 1, citado por Armas y Colmenares (2009, p. 148). En tal sentido la cultura es aprendida y compartida, el hombre no

hereda la mayor parte de sus modos habituales de comportamiento, lo adquiere en el curso de su vida, transmitiendo sus propias pautas de conducta, trasladando a cada generación los conocimientos, habilidades, valores, creencias y actitudes.

Sus elementos importantes son:

A.1. Conocimiento

Conocer y entender los principales aspectos de la tributación forman parte de la cultura tributaria, pero son sólo un componente de ella y no son suficientes para explicarla. Poseer un saber amplio y profundo de la tributación, no necesariamente implica tener cultura tributaria, si ese saber no va acompañado del compromiso ético de cumplir y de la práctica habitual de hacerlo. Estrada, S. (2014, p. 14a).

Significa información completa, un riguroso análisis, planteamiento de todos los escenarios posibles. Los aspectos tributarios que pudieran incorporarse a los planes de formación de los estudiantes de las Universidades serían los aspectos tributarios que conforman al Sistema Tributario, es decir, los tributos, los sujetos tributarios, la relación jurídica tributaria, el hecho imponible y la obligación jurídica tributaria, son necesarios incorporarlos a través de la educación tributaria, (Cortázar 2000).

Programas que contribuyen en el conocimiento y por ende en el fomento de la cultura tributaria:

- a. Educación: implica la educación formal o escolarizada, que debe iniciarse desde las etapas iniciales del ser humano, hasta llegar al nivel universitario, este programa debe trabajar en mutua correspondencia con otras

instituciones, como el Ministerio de Educación, a través de los programas donde los docentes y estudiantes, elaboran estrategias para impulsar la cultura tributaria, como un deber que todos los ciudadanos debemos cumplir de acuerdo a los niveles de educación. Del mismo modo la municipalidad propicia el cumplimiento del pago de impuestos a partir de tareas, vertidas a través de charlas, conversatorios y otros, de este modo se logrará construir y propiciar una sociedad solidaria, más justa y con mejor calidad de vida. A nivel universitario, la presencia de programas realizados entre la universidad y la SUNAT, son estrategias muy didácticas que propician que el ámbito universitario comprenda lo importante que constituye la cultura tributaria. Y se convierten en agentes de cambio de mentalidad, especialmente en las Facultades de Ciencias Financieras y Contables, Derecho y sucesivamente otras facultades.

b. Divulgación:

El programa de divulgación, desarrolla campañas de sensibilización en materia de cultura tributaria a su vez promueve formas a través de los cuales informa, forma, y concientiza, haciendo uso de los medios de comunicación en sus diversas modalidades. Uso de la radio y televisión como instrumentos ideales para difundir y fomentar la pro factura, o comprobantes de pago.

Entre los productos de divulgación se encuentra: las publicaciones en la prensa escrita, series tributarias a base de historias y de teatro, folletos, los mensajes transmitidos a través de programas cibernéticos, videoclips, música, murales. Toma en cuenta las edades a quien va dirigido. Estrada, S. (2014, p. 24b).

c. Promoción:

El área de promoción, comprende las acciones realizadas en asociaciones con otras entidades públicas, privadas, organismos, internacionales y organizaciones no gubernamentales, las activaciones en centros educativos y eventos públicos. Por ejemplo festivales de Cultura Ciudadana, impulso de la cultura tributaria y otros eventos que coadyuvan a la búsqueda de una sociedad que se proyecta no solo a los contribuyentes sino también a la niñez, juventud y la mujer, a los grupos más vulnerables distanciados por la geografía y la falta de recursos. Estas acciones incorporan a la equidad de género, diversidad cultural. Estrada, S. (2014, p. 24c).

A.2 Valores

Valoración: son los criterios que usa una persona para elegir entre muchas posibilidades aquello que se acerca a su forma de pensar, de sentir y de los intereses que tiene.

Parámetros con los cuales se da la valoración entre algunas tenemos:

- a) Historia: significa mirar atrás en el tiempo y analizar si lo que tenemos para el presente y pensando en el futuro es interesante para nosotros o no.
- b) Social: significa analizar nuestro entorno y apreciar o no lo que piensan las personas a nuestro alrededor con respecto a nuestras elecciones.
- c) Autenticidad: capacidad de volver los valores algo personal, algo significativo.
- d) Simbólico: se refiere a como nuestras elecciones se presentan ante la comunidad y la forma en que ellas nos hacen o no nos hacen felices.

Identificamos valores éticos que se relacionan con la tributación. Y que coadyuvan en la conducta del ser humano y por ende, fundamentales de la cultura tributaria pueden agruparse del siguiente modo:

a. Respecto a la verdad:

Honestidad: decoro, recato, decencia en el decir y el actuar. Apego a la verdad, ante sí mismo y ante la sociedad.

Honradez: rectitud de ánimo, integridad en el obrar.

Integridad: entereza, consistencia en el pensar, el creer, el decir, y el actuar.

Constancia: firmeza y perseverancia del ánimo en los propósitos y las actuaciones.

Dignidad: respeto de sí mismo nobleza en lo modales y decoro en la conducta.

Transparencia: limpieza, claridad, y honestidad en las formas de hacer y actuar.

Estrada (2014, p. 16d)

b. Respecto a la Legalidad:

Respeto Justicia: consideración y valoración de las normas, las personas y las instituciones.

Reconocimiento y acatamiento de la Ley y la autoridad. Atención de los deberes y derechos. Tanto propios como ajenos.

Rectitud: observancia de una conducta justa y correcta apega al deber ser de los principios éticos

Responsabilidad: compromiso de cumplir los deberes propios asumiendo las consecuencias de lo que se hace o deja de hacer. Estrada (2014, p. 16e)

Disciplina: respeto y observancia de los valores propios, de los compromisos autoimpuestos y de las formas en general.

Prudencia: buen juicio, cautela, sensatez, capacidad de prever y evitar peligros.

c. Respeto a la sociedad:

Participación: disposición de actuar y aportar en función de una creencia o un fin.

Cooperación: colaboración, acción conjunta y concertada hacia un fin común.

Equidad: justicia natural, disposición de dar a cada quien lo que le corresponde.

Servicio: acción de servir, disposición de actuar y de colaborar a favor de una causa o de otros.

Solidaridad: adhesión a una causa o justa necesidad ajena prestación de ayuda a quien necesita.

Generosidad: cualidad de dar o actuar con desprendimiento sin reserva o mezquindad.

Civismo: celo por la patria y sus instituciones. Comportamiento respetuoso de las normas de la convivencia pública.

Patriotismo: amor a la patria, devoción a su suelo y a su pueblo, respeto a su historia y tradiciones Estrada (2014, p. 17f)

A.3. Comportamiento

El comportamiento humano está determinado por la cultura, así las actitudes, las emociones, los valores de la persona, los valores culturales y la ética, el ejercicio de autoridad, la relación, la hipnosis, la persuasión, la coerción y/o la genética responden a la base de su cultura.

La conducta humana no está totalmente determinada genéticamente, sino que ésta se puede modificar y educar transformando los aspectos indeseables en productivos y aceptables para el conjunto de la sociedad, (Velarde 2006). Es necesario el inducir la conducta del contribuyente, para lograr que este adopte la decisión de cumplir voluntariamente con sus obligaciones tributarias. Por ello es necesario profundizar la relación que debe darse entre el ciudadano y el Estado para que se desarrolle una cultura necesaria que incida en el ciudadano en concebir las responsabilidades tributarias como un deber primordial y en concordancia con los valores de una sociedad inspirados en la supremacía del bien común. Velarde (2006), menciona que desarrollar dicha cultura no es, sin embargo, una tarea fácil, pues requiere de una convergencia de políticas de control con políticas de carácter educativo. Mendoza (2016, p. 62)

El comportamiento de un contribuyente está estrechamente relacionado con “el concepto que tiene de sí mismo como ciudadano”, el cual está vinculado, a su vez, con el concepto que tiene de su posición “en relación con los demás grupos de ciudadanos y con el Estado”. Y tal posición viene definida por la estructura social y política de la comunidad donde habita, las cuales, a su vez, determinan la realidad fiscal a cuyas características el ciudadano-contribuyente tiene que ajustar su conducta. Así pues, la conducta de cada individuo como contribuyente dependerá de cuál sea el comportamiento fiscal de la sociedad en la que viva (tanto del cumplimiento fiscal como el fraude, así como del uso y la calidad de los servicios públicos y prestaciones sociales). Delgado y Goenaza (2007).

B. Política tributaria

Son los lineamientos que orientan, dirigen y fundamentan el sistema tributario. Es diseñada y propuesta por el Ministerio de Economía y Finanzas.

Conjunto de directrices, orientaciones, criterios y lineamientos, para determinar la carga impositiva directa e indirecta a efecto de financiar la actividad del estado.

Sus características son:

Parte de analizar la estructura económica del país, estableciendo los lineamientos para dirigir las medidas tributarias. Se determinan los sectores que van a sufrir la carga tributaria y el tiempo de vigencia. Ello implica definir la fuente de la tributación las pautas con respecto a la base, hecho, objeto, sujeto y momento de la tributación. Establecida por el Ministerio de Economía y Finanzas. Citado por Amasifuen, M. (2015, p. 81)

C. Administración tributaria

Constituye la parte operativa del sistema tributario y en ella se definen, diseñan, ejecutan y controlan las acciones concretas para alcanzar las metas trazadas en lo que a recaudación se refiere.

Sus características están compuestas por los órganos del Estado, encargados de ejecutar la política tributaria y aplicar las normas tributarias.

La administración tributaria opera en dos variables: La conducta tributaria y los alcances de los instrumentos legales. Amasifun, M. (2015, p. 81)

En conformidad con el Código Tributario, La administración tributaria está obligada a verificar el correcto cumplimiento de las leyes tributarias, en el ejercicio de sus funciones la administración tributaria actuara conforme a las

normas del código, las de su Ley orgánica, y las leyes específicas de cada impuesto y la de sus reglamentos respectivos, en cuanto a la aplicación, fiscalización, recaudación y el control de los tributos, según la Ley orgánica

D. Sistema Tributario

Conjunto de dispositivos legales mediante los cuales se implementa la política tributaria. Destaca como la norma más importante el Código Tributario, Las características más resaltantes están en las normas tributarias se reflejan los principios tributarios de: equidad, neutralidad, justicia, legalidad, confiscatoriedad e igualdad de la carga impositiva. Amasifun, M. (2015, p. 81)

Establecida por el Congreso y por normas con rango de Ley.

Elementos del Sistema Tributario Peruano

Siguiendo a Atoche, R. (2014). El Sistema Tributario está constituido por los siguientes elementos:

a) Tributo impuesto

Tributo cuyo cumplimiento, no origina una contraprestación directa en favor del contribuyente por parte del Estado. Por ejemplo, el impuesto a la renta. Uno aporta el impuesto, pero la contraprestación del Estado por ese aporte no se visualiza de forma inmediata, sino a través de los servicios estatales de educación, salud, administración de justicia, etc.

b) Contribución

Genera beneficios derivados de servicios colectivos específicos que realiza el Estado. Por ejemplo, las aportaciones a ESSALUD, benefician directamente en prestaciones de salud para quienes realizan esa aportación y para sus familias.

c) Tasa

Genera la prestación efectiva por el Estado de un servicio público individualizado en la persona que paga por ese servicio. Por ejemplo, el pago del T.U.U.A. que es el tributo o tasa que se paga cuando alguien desea embarcarse usando los servicios del aeropuerto.

d) Arbitrios

Por la prestación o mantenimiento de un servicio público. Lo recaudan los Gobiernos Locales.

e) Derechos

Por la prestación de un servicio administrativo público o el uso o aprovechamiento de bienes públicos. Por ejemplo, el pago de derechos para obtener una copia de la Partida de Nacimiento o de un asiento (ficha de registro) en los Registros Públicos. Atoche, R. (2015e).

Variable 2

2.2.2 Satisfacción del Contribuyente

A. Definición de satisfacción y satisfacción del contribuyente

Palacios, J. (2013). Tiene varias connotaciones conceptuales, **El** Diccionario de la Real Academia de la Lengua (1992), define la satisfacción como “el cumplimiento del deseo o del gusto de algo”; por su parte la Enciclopedia Encarta (1997) complementa la del DRAL definiendo la satisfacción como “aquietarse o persuadirse con una razón eficaz; estar conforme con algo o alguien”. La satisfacción, por tanto, tiene que ver con la consecución de una apetencia o aspiración y también con el “apaciguamiento” de una inquietud. Es un

estado mental de conformidad con lo percibido o experimentado. Esta es la aproximación más básica existiendo otras: desde el campo económico es el resultado de un análisis coste beneficio sobre una transacción (Churchill y Surprenant, 1982; Howard y Sheth, 1969). Las psicológicas fundamentan la explicación de la satisfacción en la denominada “teoría 13 de la des confirmación”, que defiende que la satisfacción es una función de la discrepancia entre algún estándar de comparación (expectativas, deseos, normas basadas en la experiencia, etc.) y el rendimiento percibido en el bien o servicio de que se trate (Churchill y Surprenant, 1982; Day, 1984; Hunt, 1977; La Barbera y Mazursky, 1983; Lovelock y Wright, 2001; Oliver, 1980; Woodruff, Cadotte y Jenkins, 1983). Otras definiciones consideran que la satisfacción no es únicamente un juicio evaluativo de tipo cognitivo, sino también una actitud con un fuerte componente afectivo (Caro y García, 2007; Giese y Cote, 1999; Halstead, Hartman y Schmidt, 1994; Laros y Steenkamp, 2005; Mano y Oliver, 1993; Martínez-Tur, Peiró y Ramos, 2001; Oh y Parks, 1997; Oliver, 1989). Tampoco faltan acercamientos al concepto de satisfacción desde una perspectiva sociológica o psicosociológica (Galbraith, 1992; Gordon, 1981; Hochschild, 1975; Kemper, 1978; Sheff, 1983, 1997), que señalan el hecho de que la satisfacción de un sujeto con algo no estaría dada sólo como una sensación o una emoción individual y única, aunque esa es su esencia, sino que sería esa sensación o estado único e irrepetible que se produce en cada sujeto como consecuencia de todo un complejo proceso intrasubjetivo e intersubjetivo: “no es sólo una evaluación desde lo personal, sino también desde lo social, desde y con el otro, desde lo que como sujetos pertenecientes a grupos sociales determinados, sentimos de un modo o de

otro” (Zas Ros, 2003). A lo largo de las décadas el concepto de satisfacción, probablemente no ha reunido exactamente lo que pretendemos asegurar, y surgen otros conceptos. Como señalan Oh y Parks (1997, p. 63), “la satisfacción es probablemente un proceso complejo que incluye dinámicas cognitivas, afectivas y otras psicológicas y fisiológicas aún no descubiertas”.

Satisfacción del contribuyente

Consiste en la atención de las demandas de información, orientación y asistencia que los contribuyentes requieren para el cumplimiento de sus obligaciones.” Atención al contribuyente siguiendo las ideas vertidas en el Manual para la mejora de la recaudación del impuesto predial (2015a), La satisfacción del contribuyente con los servicios de atención que recibe no depende exclusivamente de su buen diseño y de su calidad.

Tradicionalmente, la administración tributaria municipal no le ha concedido mucha importancia a los servicios de atención que presta al contribuyente, éste tendrá una limitada expectativa va y probablemente no espere mucho. Entonces, si recibe una atención esmerada se mostrará muy satisfecha con el servicio, en tanto no tenía mayores expectativas sobre él.

Existe una relación inversamente proporcional: a mayor expectativa, menor satisfacción; a menor expectativa, mayor satisfacción. (A pesar de que en los dos casos se haya recibido un servicio idéntico.) Atención al contribuyente (2015, p. 21b)

Cuando la administración tributaria municipal empieza a mejorar los servicios de información y asistencia que brinda, obtiene una mejor imagen pública. No obstante, si sus servicios de información y asistencia son de alta

calidad, las mejoras que se incorporen no mejorarán necesariamente la imagen pública del servicio.

Esto nos lleva a las siguientes conclusiones:

No se debe prometer lo que no se va a cumplir. Esto solo eleva artificial y gratuitamente las expectativas del contribuyente y el nivel de satisfacción que desea obtener. Si no recibe lo prometido, tendrá una imagen negativa de la administración tributaria Municipal.

Los resultados de los estudios de opinión sobre la satisfacción de los servicios de atención que brinda la administración tributaria municipal contribuyen a la toma de decisiones, pero no pueden ser el único criterio que se tome en cuenta. Siempre hay que recordar que los resultados no dependen de la calidad efectiva del servicio, sino también de las expectativas del contribuyente.

(Atención al contribuyente 2015, p. 21 y 22c)

Objetivos.

Tenemos:

Satisfacción de los contribuyentes.

Orientación adecuada.

Cumplimiento de las obligaciones.

Registro correcto de los datos.

Brechas.

Tenemos:

La satisfacción del contribuyente con los servicios de atención que recibe no depende exclusivamente de su buen diseño y de su calidad. En ello interviene, además, un componente subjetivo y que, por tanto, dependerá de otros factores como la expectativa y la percepción.

Si, tradicionalmente, la administración tributaria municipal no le ha concedido mucha importancia a los servicios de atención que presta al contribuyente, éste tendrá una limitada expectativa y probablemente no espere mucho. Entonces, si recibe una atención esmerada se mostrará muy satisfecha con el servicio, en tanto no tiene mayores expectativas sobre él.

Por lo tanto, cuando la administración tributaria municipal empieza a mejorar los servicios de información y asistencia que brinda, obtiene una mejor imagen pública. No obstante, si sus servicios de información y asistencia son de alta calidad, las mejoras que se incorporen no mejorarán necesariamente la imagen pública del servicio. (Atención al contribuyente 2015, p. 11 y 12d)

Esto nos lleva a las siguientes conclusiones:

No se debe prometer lo que no se va a cumplir. Esto solo eleva artificial y gratuitamente las expectativas del contribuyente y el nivel de satisfacción que desea obtener. Si no recibe lo prometido, tendrá una imagen negativa de la administración tributaria municipal.

Los resultados de los estudios de opinión sobre la satisfacción de los servicios de atención que brinda la administración tributaria municipal contribuyen a la toma de decisiones, pero no pueden ser el único criterio que se

tome en cuenta. Siempre hay que recordar que los resultados no dependen de la calidad efectiva del servicio, sino también de las expectativas del contribuyente.

A.1 Orientación adecuada al contribuyente

La administración tributaria municipal debe ser consciente de que la mayor incidencia de errores en las declaraciones tributarias proviene del desconocimiento de los contribuyentes sobre la información que deben proporcionar y la forma en que ella debe ser registrada. Por ejemplo: formularios muy complicados de llenar, insuficientes puntos de atención, orientación confusa, etcétera.

Por eso, el servicio de atención debe estar diseñado para brindar toda la información que requiere el contribuyente para cumplir con sus obligaciones tributarias de manera sencilla y clara. Se le debe brindar orientación que le permita absolver sus dudas y comprender adecuadamente el compromiso que asumió ante la administración tributaria municipal. Además, las herramientas que se le proporcionen deben ser útiles y fáciles de usar, para que pueda registrar sin problemas la información en sus declaraciones juradas. Todas las mejoras que se puedan implementar en el servicio de atención deben ser consideradas como una inversión, pues incidirán directamente en la calidad del servicio y, por lo tanto, en la satisfacción del contribuyente. (2015, p. 13e)

A.2 Cumplimiento de las obligaciones del contribuyente

Otro de los objetivos que debe proponer una administración tributaria municipal es el de colaborar con el contribuyente para que pueda cumplir con sus

obligaciones tributarias. En esta línea, no basta con brindarle una orientación adecuada: Como se señaló en el punto anterior, se debe colaborar con él para que cumpla con sus obligaciones. Por ejemplo, además de indicarle que tiene un plazo para presentar cierta documentación, se le puede ayudar en el llenado y en la presentación de dichos papeles. (2015 p. 13f).

A.3 Registro de datos

Todas las mejoras que se puedan implementar en el servicio de atención deben ser consideradas como una inversión, pues incidirán directamente en la calidad del servicio y, por lo tanto, en la satisfacción del contribuyente. Para la administración tributaria municipal, el insumo más importante para brindar un adecuado desempeño es la información que recibe de los contribuyentes. De ahí la importancia de que el registro de los datos sea el correcto, sobre todo el del impuesto predial.

Por lo general, el registro se introduce en un sistema informático que contempla validaciones de la información que se ingresa, pero no permite detectar errores de digitación ni identificar un dato no veraz. (2015, p. 14g)

B. Satisfacción y calidad del servicio

Para Zeithaml – Bitner – Gremler (2009), en su libro *“Marketing de servicios”*, citado por Jordan, J.& Siccha, O. (2014) los profesionales y estudiosos tienden a usar los términos satisfacción y calidad de manera intercambiable, pero los investigadores han intentado ser más precisos sobre los

significados y la medición de los dos conceptos, lo que ha producido un debate sobre los significados y la medición de los dos conceptos. El consenso es que los dos conceptos son fundamentalmente diferentes en función de sus causas subyacentes y resultados. Aunque tienen ciertas cosas en común, la satisfacción es vista por lo general como un concepto más amplio, mientras que la calidad de servicio se enfoca de manera específica en dimensiones de servicio. Con base en esta perspectiva, la calidad del servicio percibida es un componente de la satisfacción del usuario.

La calidad del servicio es una evaluación enfocada que refleja la percepción del cliente de la confiabilidad, seguridad, sensibilidad, empatía y tangibles. La satisfacción, por otra parte, es más incluyente: está influida por las percepciones de la calidad del servicio, calidad del producto y precio, así como por factores situacionales y personales.

2.3 Marco Conceptual

1. Asignación de recursos: destinados a financiar los servicios de atención al contribuyente debe tener en cuenta las dificultades a las que debe hacer frente al presentar sus declaraciones juradas de carácter tributario. Atención al contribuyente (2015, p.18h).
2. Atención de los reclamos: se convierte en un canal directo de comunicación entre los contribuyentes y la administración tributaria, a través del cual ella puede conocer la percepción de los contribuyentes. Atención al contribuyente (2015, p. 24i).

3. Control de demanda: se refiere a las medidas que la administración tributaria debe de adoptar para fomentar o limitar el crecimiento de la demanda de los servicios. Ello supone evaluar que tendría que introducir un nuevo servicio. (atención telefónica, por ejemplo). Atención al contribuyente (2015, p. 20j).
4. Cultura tributaria: conjunto de conocimientos, percepciones, actitudes y prácticas de conducta de una sociedad o de un grupo social respecto a la tributación. Citado por Estrada, S. (2014, p. 7k).
5. Cumplimiento de las obligaciones tributarias: es colaborar con el contribuyente para que pueda cumplir con sus obligaciones tributarias. en esta línea no basta una orientación adecuada. Atención al contribuyente (2015, p. 13 l).
6. Gratuidad de los servicios: el servicio debe ser gratuito, salvo que irroge un costo adicional a la administración tributación municipal. Atención al contribuyente (2015, p. 22m).
7. Información colectiva: es elaborada por la administración tributaria municipal antes de ser solicitada por el contribuyente, porque la considera relevante. Puede ser suministrada de oficio o ante un requerimiento, (por ejemplo: solicitud de un manual). Atención al contribuyente (2015, p. 30n).
8. Información individual: surge por petición de un contribuyente que plantea una cuestión que lo afecta individualmente, una vez que recibe la información, aunque puede elegir entre la información suministrada a otro

criterio que considere más adecuado. Atención al contribuyente (2015, p. 30ñ).

9. Obligaciones del contribuyente: “El servicio de atención debe estar diseñado para brindar toda la información que requiere el contribuyente para cumplir con sus obligaciones tributarias de manera sencilla y clara... La correcta orientación al contribuyente para que pueda cumplir con sus obligaciones tributarias garantiza una mayor eficiencia en la administración tributaria” Atención al contribuyente (2015, p. 13o).
10. Registro correcto de los datos de los contribuyentes: Si se ingresa información “inconsistente” al sistema informático, lo que se obtenga seguirá siendo inconsistente, aún si ha sido procesada. Ello genera mayores costos de transacción a la administración tributaria municipal, así como molestias al contribuyente. Atención al contribuyente (2015, p. 14p).
11. Satisfacción de los docentes contribuyentes: Son quienes reciben la información, la organizan e internalizan y actúan de acuerdo a sus actitudes y valores en función de las directivas impositivas que emanan del estado y que se cumplen a través de las instituciones (Universidad) que se ven reflejados en los impuestos a la Renta. Solórzano, D. (2015).
12. Satisfacción del contribuyente: existe una relación inversamente proporcional: a mayor expectativas menor satisfacción; a menor expectativa, mayor satisfacción. A pesar que en ambos casos se haya recibido un servicio idéntico. Atención al contribuyente (2015, p. 21q).
13. Servicios de asistencia: son aquellos que se dirigen a ayudar a los contribuyentes a cumplir con sus obligaciones tributarias, aun cuando es la

propia administración tributaria municipal quien cumple con parte de las obligaciones. Por ejemplo, colaborando con la impresión de una declaración. Atención al contribuyente (2015, p. 29r).

14. Servicios de información: son aquellos que se dirigen a resolver las dudas planteadas por los contribuyentes e cuanto a la normativa y cumplimiento de las obligaciones tributarias. Resuelta la duda, es el propio contribuyente quien las cumple. Atención al contribuyente (2015, p. 29s).
15. Tipos de servicio: la atención al contribuyente debe ofrecerse a través de distintos tipos de servicios, de acuerdo con las características de cada grupo. Atención al contribuyente (2015, p. 19t).
16. Valores: son los criterios que usa una persona para elegir entre muchas posibilidades aquello que se acerca a su forma de pensar, de sentir y de los intereses que tiene. Diccionario de la Real Academia.
17. Perfil del personal de atención: el personal del área de atención al contribuyente es el factor clave para la prestación de un servicio de calidad que logre satisfacerlo. p.19v

2.4 HIPÓTESIS

2.4.1 Hipótesis general. -

La cultura tributaria, se relaciona significativamente con la satisfacción de los contribuyentes docentes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho-2017.

2.4.2 Hipótesis específicas:

- 1) Los conocimientos se relacionan significativamente con la satisfacción de los contribuyentes docentes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho-2017.

- 2) Los valores se relacionan significativamente con la satisfacción de los contribuyentes docentes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho-2017.

- 3) El comportamiento se relaciona significativamente con la satisfacción de los contribuyentes docentes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho-2017.

CAPITULO III: METODO

3.1 Tipo de investigación

La investigación es de tipo básica, de nivel correlacional.

Según Marin, A. (2008, p. 72), “La investigación Básica requiere de un marco teórico y permanece en él, la finalidad radica en formular nuevas teorías o modificar las existentes, en incrementar los conocimientos científicos o filosóficos”.

Sifuentes, M. (2017). Correlacional “El encontrar una asociación o relación significativa, no indica que una variable sea la causa y que la otra el efecto. La relación nunca mide la causa efecto. Además, no distingue entre variables dependiente e independiente y en tanto la relación de la variable “X” a la variable “Y “es la misma que la variable “Y” frente a “X”.

3.2 Diseño de investigación

No experimental, de corte transversal, enfoque cuantitativo.

Hernández, Fernández & Batista (2003, p. 267) cito a Kerlinger, (2002), “... En la investigación no experimental, no es posible manipular las variables o asignar aleatoriamente a los participantes o tratamientos. No se construye ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente por el investigador.

Es transversal, la investigación se desarrolla en un periodo de tiempo, en el momento que se requiere. Y sus conclusiones son válidas para ese contexto.

En los estudios cuantitativos se establece una o varias hipótesis (suposiciones acerca de una realidad), se diseña un plan para someterlas a prueba, se miden los conceptos incluidos en las hipótesis (variables) y se transforman las mediciones en valores numéricos datos cuantificables para analizar con técnicas estadísticas. Hernández & otros (2003, p. 11).

3.3 Estrategia de prueba de hipótesis

Se utilizó para la contrastación de hipótesis el Coeficiente de Correlación Rho de Spearman, permitió medir la correlación de las variables categóricas: Cultura tributaria y satisfacción del contribuyente.

Procedimiento:

- Formulación de hipótesis estadística de relación: Se elaboró las hipótesis alternas y nulas.
- Prueba de normalidad: usamos la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov, (K-S). porque observamos que las variables y dimensiones no se aproximan a una distribución normal, ($p < 0.05$). la prueba es no paramétrica. Este ajuste sirvió para elegir la prueba estadística a usar.
- Elección de la Prueba estadística: Después de la prueba de bondad de ajuste de Kolmogorov - Smirnov, (K - S), se eligió el coeficiente de correlación Rho de Spearman, porque las mediciones se realizaron en una escala ordinal, no existe una distribución normal, es una prueba no paramétrica, permitiendo cuantificar la relación o asociación entre las dos variables.

- Nivel de significancia: Toma en cuenta valores entre 1 y -1.
- Nivel de significancia: El 0 = No existe relación. El valor numérico, entre 1 y -1, indica magnitud de la correlación, cuantifica cuando realmente existe relación.

3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 1. Variable Cultura tributaria

Dimensiones	Indicadores	Índice	N ítems	Categorías	Intervalos	Instrumento
Conocimientos	Educación	Capacitación tributaria. Líneas curriculares. Fuentes de descuentos tributarios.	9	Bajo Medio Alto	9 -20 21 -32 33 -45	Cuestionario para evaluar la Cultura Tributaria en la escala ordinal de LIKERT d
	Difusión	Medios escritos y virtual Campañas sensibilización				
	Promoción	Asociación inter instituc. Festividades educativas. Actividades a favor de los más necesitados.				
Valores	Verdad	Decir y actuar con verdad. Deberes. Juicio y cautela.	9	Bajo Medio Alto	9 -20 21 -32 33 -45	
	Legalidad	Declaración jurada. Sanciones. Cumplimiento de las normas y leyes.				
	Sociedad	Disposición para necesitados. Actividades vecinales. Obras con impuestos.				
Comportamiento	Ley	Respeto de normas y leyes. Sanciones legales.	9	Bajo Medio Alto	9 -20 21 -32 33 -45	
	Moral	Directivas autoritarias. Voluntad de pago tributario Pensar en los demás. Funcionarios deshonestos				
	Cultura	Fastidio por pago de impuestos. Esconder información. Fraude.				
Cultura tributaria: conocimientos, valores y actitudes con que los individuos de una sociedad construyen una imagen de los impuestos a partir de una combinación de información, percepción y experiencia sobre la acción y desempeño del Estado. “			27	Bajo Medio Alto	27 -62 63 -98 99 -135	

Tabla 2: Variable Satisfacción del contribuyente

Dimensiones	Indicadores	Índice	N ítems	Categorías	Intervalos	
Orientación adecuada al contribuyente	Asignación de recursos	Personal capacitado con manejo informático.	8	Bajo Medio Alto	8 -18 19 -29 30 -40	Cuestionario para evaluar la Satisfacción del contribuyente docente modalidad Escala ordinal de LIKERT
	Tipos de servicio	Llenado de declaración tributaria.				
	Infraestructura	Presencial. Personalizada. Uso de medios masivos.				
	Perfil del personal	Mobiliario adecuado. Orden Calificado				
Cumplimiento de obligaciones tributarias	Gratuidad	Atención gratuita	10	Bajo Medio Alto	10 -22 23 -35 36 -50	
	Control de la demanda	Notificaciones				
	Satisfacción del contribuyente	Cumplimiento de promesas Reclamos				
Registro correcto de los datos	Atención de reclamos	Servicios de información.	9	Bajo Medio Alto	9 -20 21 -32 33 -45	
	Información y asistencia tributaria	Servicio de asistencia Información colectiva. Información Individual. Presencial. Soporte informático.				
	Asistencia tributaria I.	INTERNET Teléfono				
<p>Satisfacción del contribuyente: Consiste “en la atención de las demandas de información, orientación y asistencia que los contribuyentes requieren para el cumplimiento de sus obligaciones”.</p> <p>“La satisfacción del contribuyente con los servicios de atención que recibe no depende exclusivamente de su buen diseño y de su</p>			27	Bajo Medio Alto	27 -62 63 -98 99 -135	

calidad". En ello interviene, además, un componente subjetivo y que por tanto, dependerá de otros factores como la expectativa y la percepción.

...si recibe una atención esmerada se mostrara muy satisfecho con el servicio..."

3.5 Población

La investigación cuenta con una población finita y está formado por 556 docentes nombrados (Fuente: Oficina de Recursos Humanos 2017), de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2017.

Se denomina población al conjunto de todos los elementos que se encuentran bajo la consideración de relación al problema específico; donde se puede diferenciar dos tipos de población: finitas e infinitas. (Velásquez 1990 y Metes 1977).

3.6 Muestra

Es el conjunto de la población donde están contenidas todas las características de la población porque es representativa (Hernández, Fernández y Baptista 2002).

En esta investigación se trabajó con una muestra estratificada y no probabilística, de 171 docentes que conforma la muestra obtenida de la siguiente forma.

Reemplazando los datos de la fórmula se obtiene:

$$n = \frac{z^2 P Q N}{z^2 P Q N + (N - 1) E^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,2 * 0,8 * 556}{1,96^2 * 0,2 * 0,8(555) * 0,05^2} = 170,69 \cong 171$$

Donde

Z : Es el valor del coeficiente normal al 95%

P : Proporción de los individuos que conocen de cultura tributaria

Q : Proporción de los individuos que no conocen de cultura tributaria

E : Error muestral permisible

N : Tamaño de la población en estudio.

Porcentaje del estrato%

% de estrato principal : $166/566 \times 100 = 30\%$

% de estrato de asociados : $282/566 \times 100 = 51\%$

% de estrato de auxiliares : $108/566 \times 100 = 19\%$

Tamaño de la muestra del estrato (n_h)

Afijación proporcional

$$n_h = n \frac{N_h}{N}$$

N

Tamaño de la muestra del estrato:

$$n_p = 171 * \frac{166}{566} = 51,05 \cong 51$$

$$n_A = 171 * \frac{282}{566} = 86,7 \cong 87$$

$$n_{AUX} = 171 * \frac{108}{566} = 33,2 \cong 33$$

Estratos	Población	%	Muestra
Principal	166	30	51
Asociado	282	51	87
Auxiliar	108	19	33
	566	100%	171

3.7 Técnicas de investigación

3.7.1 Técnicas:

a. **Encuesta:** Para la obtención de datos referentes a la variable 1 y 2, se hizo a través de la técnica de la encuesta, aplicando en forma presencial el

cuestionario a cada uno de los docentes, previa autorización de las autoridades de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión 2017. (Adjunto autorización)

b. Técnicas de investigación complementaria:

Observación: se puso en práctica la capacidad de los sentidos, para obtener información, sobre los docentes.

Entrevista: Entrevista a los docentes, para conocer las opiniones sobre la cultura tributaria y la satisfacción del docente.

Análisis de documentos y revisión bibliográfica: selección del material relacionado al tema; ordenar y fichar contenidos importantes que argumenten los antecedentes, planteamiento y otros de la organización de la tesis.

3. 7.2 Instrumento de recolección de datos: (Criterios).

1. Elaboración del instrumento de medición:

V1, referencia que permitió medir la cultura tributaria y sus respectivas dimensiones: Conocimientos, valores y comportamiento.

V 2, referencia que permitió medir la satisfacción de los contribuyentes y sus dimensiones: Orientación adecuada de los contribuyentes, cumplimiento de las obligaciones tributarias, registro correcto de los datos.

Composición: variable 1=27 ítems y variable 2=27 ítems, con su respectivo cuestionario, se precisó el porcentaje de preguntas por dimensiones. (Ver operacionalización de variables y cuestionario).

2. Cuestionario: Instrumento de recolección de datos. Para las variables 1 y 2.

UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLARREAL
ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO
MAESTRIA EN DERECHO CON MENCIÓN EN POLÍTICA FISCAL Y TRIBUTACIÓN

**CUESTIONARIO PARA MEDIR LA CULTURA TRIBUTARIA DEL
DOCENTE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL JOSE FAUSTINO SÁNCHEZ**

CARRIÓN HUACHO-2017

Autor: Cuadros, K. (2017)
para la VI

Presentación: Estimado (a) docente, esta encuesta tiene por objetivo obtener información, sobre La Cultura tributaria posee confidencialidad, y respeta el anonimato en la presentación de los resultados. Leer cada ítem y marcar con una (X) la opción que elija.

Categoría: **Principal** () **Asociado** () **Auxiliar** ()

Siempre (5) Casi siempre (4) Algunas veces (3) Muy pocas veces (2) Nunca (1)

Nº	CONOCIMIENTO	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca
	EDUCACIÓN					
01	Participo en talleres de actualización tributaria para capacitarme y no incurrir en delitos tributarios.					
02	La currícula escolar y universitaria tiene asignaturas que inducen al cumplimiento tributario.					
03	Conozco las fuentes de descuento tributario que me ejecutan en la universidad y son justos.					
	DIVULGACIÓN					
04	Los medios de comunicación me enteran sobre mis obligaciones tributarias.					
05	Mi institución usa la prensa, carteles, murales, folletos dirigidos a los docentes y población universitaria motivando a cumplir con sus obligaciones tributarias					
06	Participo en campañas de sensibilización sobre temas tributarios o comprobante de pago.					
	PROMOCIÓN					
07	La universidad en asociación con la UGEL, Gobierno Regional y SUNAT, realizan actividades educativas que refuerzan la conciencia tributaria.					
08	Mi institución junto con la SUNAT, realiza actividades festivas sobre cooperación y solidaridad a través del tributo					
09	La Universidad en coordinación con organizaciones benéficas desarrolla obras voluntarias a favor de los más necesitados: ancianos, niños y mujeres.					
	VALORES					
	VERDAD					
10	Actuó con responsabilidad en el decir y actuar con la verdad, con respecto al pago de mis impuestos					
11	Cumplo con mis deberes asumiendo las consecuencias de lo que hago y dejo de hacer.					

12	Guardo buen juicio, cautela, capacidad de prever y evitar peligros con respecto a la tributación					
	LEGALIDAD					
13	No me gusta declarar sobre mis propiedades y bienes.					
14	Temo ser sancionado por incumplimiento de pago tributario.					
15	Cumplo con las leyes tributarias de mi país.					
	SOCIEDAD					
16	Tengo disposición de actuar y aportar en función de los más necesitados.					
17	Colaboro junto con mis vecinos en actividades comunes.					
18	Me adhiero a una causa justa o necesidad ajena prestándole ayuda.					
	COMPORTAMIENTO					
	LEY					
19	Respeto las normas y leyes tributarias					
20	Conozco la ley que sanciona la evasión tributaria.					
21	Siento que los impuestos a la renta por mis haberes y otros ingresos son autoritarios					
	MORAL					
22	Voluntariamente pago mis impuestos por mis propiedades.					
23	Pienso en las necesidades de mi pueblo, por eso pago puntualmente.					
24	Me molesta pagar, porque los altos funcionarios nos roban.					
	CULTURA					
25	Me fastidia pagar impuestos y que no lo haga mi vecino.					
26	Me cuesta declarar sobre mis propiedades o ganancias.					
27	Estoy contenta con la construcción de los servicios públicos que hace el Estado con mis impuestos.					

El uso de este instrumento solo se hará con autorización de la autora.(Basado en teorías expuestas por Sergio estrada Farfán 2014).

Gracias.

Julio del 2017

UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLARREAL
 ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO
 MAESTRIA EN DERECHO CON MENCIÓN EN POLÍTICA FISCAL Y TRIBUTACIÓN

**CUESTIONARIO PARA MEDIR LA SATISFACCION DEL CONTRIBUYENTE
 DOCENTE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
 HUACHO-2017**

Autor: Cuadros, K. (2017)
 para la V2

Presentación: Estimado (a) docente, esta encuesta tiene por objetivo obtener información, acerca de La Cultura tributaria y la satisfacción del docente contribuyente, posee confidencialidad, y respeta el anonimato en la presentación de los resultados. Leer cada ítem y marcar con una (X) la opción que elija.

Categoría: **Principal** () **Asociado** ()
Auxiliar ()

Siempre (5) Casi siempre (4) Algunas veces (3) Muy pocas veces (2) Nunca (1)

Nº	ORIENTACIÓN ADECUADA AL CONTRIBUYENTE	<i>Siempre</i>	<i>Casi siempre</i>	<i>Algunas veces</i>	<i>Muy pocas veces</i>	<i>Nunca</i>
	Asignación de recursos					
01	Necesito formular mi declaración tributaria con ayuda de personal capacitado en servicio tecnológico.					
02	Involuntariamente incumplo mis obligaciones tributarias por carecer de información correcta					
	Tipos de servicio					
03	La atención presencial es exclusiva para mí y es muy buena					
04	La atención personalizada, me permite publicaciones detalladas y servicio tecnológico.					
	Infraestructura					
05	Las instalaciones de la infraestructura de la SUNAT y Municipalidad, están hechas de acuerdo a las funciones que brindan.					
06	Me encuentro cómodo en las instalaciones de la SUNAT, Municipalidad					
	Perfil del personal					
07	El personal que me atiende tiene vocación de servicio.					
08	La imagen de la administración tributaria tiene que ver con la atención que brinda el personal.					
	CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS.					
	Gratuidad					
09	El servicio de atención es gratuito, salvo costo adicional por enviar información a mi domicilio.					
10	Las cartas, revistas, manuales, guías, llamadas telefónicas son gratuitas					
	Control de la demanda					
11	Las notificaciones sobre mis deudas tributarias me acercan a la					

	municipalidad o SUNAT.					
12	Las presiones adoptadas por la SUNAT y Municipalidad me asustan.					
	Satisfacción del contribuyente					
13	Cumplen con lo que prometen, sobre todo en los descuentos tributarios.					
14	Mis expectativas sobre el servicio al contribuyente son positivas.					
15	Los días y horarios de atención se acoplan a mis necesidades.					
	Atención de los reclamos					
16	La atención de mis reclamos permiten un canal de comunicación entre contribuyentes y la administración tributaria					
17	Mis reclamos adoptaran medidas correctivas y preventivas					
18	Mis reclamos en la mayoría de casos se convierten en solo sugerencias.					
	REGISTRO CORRECTO DE LOS DATOS					
	Servicios de información y asistencia.					
19	Me ayudan a resolver mis dudas sobre el cumplimiento de mis obligaciones tributarias.					
20	Colaboran con la impresión de mi Declaración Tributaria y DNI.					
21	Claridad en la información brindada para solucionar problemas.					
	Información tributaria					
22	Existe información colectiva con mensajes para el contribuyente a través de cartas, guías, manuales.					
23	Recibo información presencial, con sistema informático en tiempo óptimo.					
24	Me gusta recibir información tributaria individual a través del INTERNET					
	Asistencia tributaria					
25	El soporte informático facilita la confirmación o cuestionamiento de los datos tributarios.					
26	Las declaraciones tributarias a través del INTERNET garantizan seguridad en los datos que consigno.					
27	Me gusta recibir llamadas telefónicas informándome sobre mis obligaciones tributarias.					

El uso de este instrumento solo se hará con autorización de la autora. Basado en criterios y teorías expuestas en Manuales para la mejora de la recaudación del impuesto predial 2 Atención al Contribuyente. Abril 2015.

Gracias
Julio del 2017

3.7.3 Fichas técnicas: Instrumento de recolección de datos.

Variable 1

Denominación	: Cuestionario para medir la V1 Cultura Tributaria de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión 2017
Autora	: Cuadros K. (2017), investigadora.
Adaptación	: Se ha tomado como base la teoría de diversos autores sobre Cultura tributaria.
Objetivo	: Medir estadísticamente la relación de la Cultura tributaria con la variable 2 satisfacción del contribuyente docente de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.
Alcances	: Docentes universitarios nombrados.
Forma de Aplicación	: Individual
Duración	: 15 minutos
Material	: Cuestionario con 27 ítems, lápiz o lapicero
Calificación	: Se toma en cuenta la siguiente valoración: S=5, CS=4, AV=3, CN=2 y N= 1
Puntaje	: Suma de las respuestas por cada encuestado.
Dimensiones	: Los ítems y puntajes están distribuidos de la siguiente Conocimientos 1 al 9 Valores 10 al 19 Comportamiento 19 al 27
Tipificación	: Utilizando puntuaciones de escala de LIKERT.
Descripción	: Instrumento elaborado en función a las teorías sobre cultura tributaria.
Medida paramétrica	: Confiabilidad y validación que se realiza en el proceso de la investigación.

Ficha técnica del instrumento de recolección de datos

Variable 2

Denominación	: Cuestionario para medir V2 Satisfacción del contribuyente docente de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión 2017
Autora	: Cuadros, K. (2017) investigadora.
Adaptación	: Se ha tomado como base la teoría de diversos autores sobre satisfacción del contribuyente.
Objetivo	: Medir estadísticamente la relación de la Satisfacción del contribuyente docente con la cultura tributaria, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.
Alcances	: Docentes universitarios.
Forma de Aplicación	: Individual
Duración	: 15 minutos
Material	: Cuestionario con 27 ítems, lápiz o lapicero
Calificación	: Se toma en cuenta la siguiente valoración: S=5, CS=4, AV=3, CN=2 y N= 1
Puntaje	: Suma de las respuestas por cada encuestado.
Dimensiones	: Los ítems y puntajes están distribuidos: Orientación adecuada sobre las obligaciones de los contribuyentes: ítems 1 al 8. Cumplimiento de las obligaciones de los contribuyentes: ítems 9 al 18 Registro correcto de los datos de los contribuyentes: 19 al 27.
Tipificación	: Utilizando puntuaciones de escala de LIKERT.
Descripción	: instrumento elaborado en función a las teorías sobre satisfacción del Contribuyente.

Medida

3.7.4 Resultados del análisis de confiabilidad

Se aplicó el instrumento, a una muestra piloto del 13% de la muestra total, (30 docentes) a través de la aplicación del coeficiente del Alfa de Cronbach, (adjunto base de datos) se obtuvo los siguientes resultados:

Tabla 3. Alfa de Cronbach V1

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	30	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	30	100,0

La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento

Tabla 4. Estadística de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,903	27

Fuente: Elaboración propia. Julio 2017.

Tabla 5. Alfa de Cronbach V 2

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	29	96,7
	Excluido ^a	1	3,3
	Total	30	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla 6. Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,844	27

Fuente: Elaboración propia: Julio 2017.

Comprobada su validez, se desarrolló la aplicación del instrumento a la población total de la muestra (171 docentes), contó con el apoyo de un equipo de aplicadores previa capacitación, que se encargaron de la recolección de datos, bajo la dirección de la investigadora.

3.7. 5 Validez de los instrumentos de recolección de datos

Culminada la elaboración del instrumento, se hizo uso del método de Juicio de Expertos, consistió en la participación de nueve expertos conocedores del tema: siete con grado de doctor y dos de magister entre ellos: abogados, contadores y doctores en investigación, quienes validaron el contenido del instrumento en base a criterios.

Ver anexo.

Tabla 7. Validez de juicio de expertos V1 y V2

JUEZ / EXPERTO	INSTRUMENTO	INSTRUMENTO
	% V° 1	% V° 2
JUEZ 1	92	92
JUEZ 2	91	91
JUEZ 3	90	90
JUEZ 4	88	88
JUEZ 5	90	90
JUEZ 6	89	89
JUEZ 7	94	94
JUEZ 8	93	93
JUEZ 9	96	96
PROMEDIO % DE LA VALIDEZ	91.4%	91.4%

Fuente: Elaboración propia.

3.7.6 Procesamiento y análisis de datos:

En el nivel correlacional, se aplicó las técnicas desarrolladas por la estadística. Se siguieron los siguientes pasos:

- Se aplicó los instrumentos de medición en la modalidad de cuestionario a los 171 docentes. Un instrumento para cada variable.
- Se hizo uso del Excel 2010, para el ordenamiento de los datos según los ítems para obtener la base de datos, seguidamente se hizo uso de paquetes estadísticos (SPSS) versión 21.
- Uso de la unidad de análisis del Rho de Spearman, que cuantifica la relación de las variables cultura tributaria y satisfacción del contribuyente. Asimismo, cuantifica la correlación de las dimensiones de cultura

tributaria (conocimientos, valores y comportamiento) con la variable satisfacción del contribuyente.

- Procesamiento estadístico, de acuerdo a los objetivos y la prueba de hipótesis.

CAPITULO IV: PRESENTACION DE RESULTADOS

4.1. Contrastación de las Hipótesis

Hipótesis general

- 1) Hipótesis Alternativa Ha: La cultura tributaria, se relaciona significativamente con la satisfacción de los contribuyentes docentes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho-2017.

- 2) Hipótesis nula H₀:. La cultura tributaria no se relaciona significativamente con la satisfacción de los contribuyentes docentes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho-2017.

Tabla 8. *Relación de la cultura tributaria y la satisfacción de los contribuyentes*

Correlaciones				
			Cultura tributaria	Satisfacción del contribuyente
Rho de Spearman	Cultura tributaria	Coeficiente de correlación	1,000	,854**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	171	171
	Satisfacción del contribuyente	Coeficiente de correlación	,854**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	171	171

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

Como se muestra en la tabla 8 se obtuvo un coeficiente de correlación de $r=0.854$, con una $p=0.000$ ($p<.05$) con lo cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. Por lo tanto se puede evidenciar estadísticamente que existe relación entre la cultura tributaria y la satisfacción de los contribuyentes docentes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho-2017.

Se puede apreciar que el coeficiente de correlación es de una magnitud **positiva alta**.

Hipótesis específica 1

- 1) Hipótesis Alternativa **H1**: Los conocimientos se relacionan significativamente con la satisfacción de los contribuyentes docentes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho-2017.

- 2) Hipótesis nula **H0**: Los conocimientos no se relacionan significativamente con la satisfacción de los contribuyentes docentes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho-2017.

Tabla 9. *Relación de los conocimientos y la satisfacción de los contribuyentes*

		Correlaciones		
			Conocimientos	Satisfacción del contribuyente
Rho de Spearman	Conocimientos	Coeficiente de correlación	1,000	,718**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	171	171
	Satisfacción del contribuyente	Coeficiente de correlación	,718**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	171	171

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

Como se muestra en la tabla 9 se obtuvo un coeficiente de correlación de $r=0.718$, con una $p=0.000(p<.05)$ con lo cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. Por lo tanto, se puede evidenciar estadísticamente que existe relación entre los conocimientos y la satisfacción de los contribuyentes docentes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho-2017.

Se puede apreciar que el coeficiente de correlación es de una magnitud **positiva alta**.

Hipótesis específica 2

- 1) Hipótesis Alternativa **H2**: Los valores se relacionan significativamente con la satisfacción de los contribuyentes docentes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho-2017.
- 2) Hipótesis nula **H0**: Los valores no se relacionan significativamente con la satisfacción de los contribuyentes docentes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho-2017.

Tabla 10. *Relación de los valores y la satisfacción de los contribuyentes*

Correlaciones				
			Valores	Satisfacción del contribuyente
Rho de Spearman	Valores	Coeficiente de correlación	1,000	,809**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	171	171
	Satisfacción del contribuyente	Coeficiente de correlación	,809**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	171	171

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral). Como se muestra en la tabla 10 se obtuvo un coeficiente de correlación de $r=0.809$, con una $p=0.000$ ($p<.05$) con lo cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. Por lo tanto se puede evidenciar estadísticamente que existe relación entre los valores y la satisfacción de los contribuyentes docentes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho-2017.

Se puede apreciar que el coeficiente de correlación es de una magnitud **positiva alta**.

Hipótesis específica 3

- 1) Hipótesis Alternativa **H3**: El comportamiento se relaciona significativamente con la satisfacción de los contribuyentes docentes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho-2017.
- 2) Hipótesis nula **H0**: El comportamiento no se relaciona significativamente con la satisfacción de los contribuyentes docentes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho-2017.

Tabla 11. *Relación entre el comportamiento y la satisfacción de los contribuyentes*

Correlaciones				
			Comportamiento	Satisfacción del contribuyente
Rho de Spearman	Comportamiento	Coeficiente de correlación	1,000	,805**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	171	171
	Satisfacción del contribuyente	Coeficiente de correlación	,805**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	171	171

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

Como se muestra en la tabla 11 se obtuvo un coeficiente de correlación de $r=0.805$, con una $p=0.000$ ($p<.05$) con lo cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. Por lo tanto, se puede evidenciar estadísticamente que existe relación entre el comportamiento y la satisfacción de los contribuyentes docentes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho-2017.

Se puede apreciar que el coeficiente de correlación es de una magnitud **positiva alta**.

CAPITULO V: DISCUSION

La tesis titulada Cultura tributaria y satisfacción del contribuyente docente de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión 2017, constituye un primer análisis y planteamiento de recomendaciones para el desarrollo de nuevas estrategias que involucren conocimiento, valores y comportamiento, más comprometido con el desarrollo de la sociedad, los docentes universitarios a consecuencia de los descuentos impositivos en calidad de impuestos, y sin lugar a reclamos, están insatisfechos porque no conocen el destino de estos aportes, que nunca se informa, El objetivo permitió determinar la relación de las variables enunciadas (Cultura tributaria V1 y Satisfacción del docente V2); y por su parte la hipótesis general, al ser contrastado evidencia estadísticamente que existe relación significativa entre las variables. Después de la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov, se decidió usar la unidad de análisis del Coeficiente de correlación de Spearman, (Rho), que es una medida para calcular la correlación, teniendo en cuenta los criterios de que no existe distribución normal, y se hace uso de una escala ordinal en este caso el LIKERT, que ordena las puntuaciones del 1 al 5, Así en la contratación de hipótesis, se puede apreciar que la hipótesis general, evidencia estadísticamente que existe relación significativa entre las variables, existe una magnitud de 0,854 de correlación positiva alta. Tenemos tres dimensiones de la V1 Cultura tributaria: Conocimiento, obtiene 0,718 que es una magnitud de correlación positiva alta. Valores, obtiene 0,718, que es magnitud de correlación positiva alta y Comportamiento, obtiene 0,805, que es

magnitud de correlación positiva alta, de este modo se comprueba su relación estadísticamente significativa con la V2 Satisfacción del docente, tal como lo determinamos en la hipótesis.

En la segunda parte del análisis hacemos referencia a trabajos de investigación que forman parte de los antecedentes del presente trabajo como de Mendoza, Palomino, Robles & Ramirez (2016), declaran que la investigación que presentan es de nivel correlacional, sin embargo el procedimiento no corresponde a este, no son medidas las hipótesis, con una unidad de análisis que establezca la correlación por tanto solo quedaron a nivel descriptivo, también se ha encontrado investigaciones a nivel documental, pero de importancia para el trabajo que se ha desarrollado, muy interesante en torno al aporte de las teorías y resultados teóricos.

Coincidimos con Guerrero, P. (2015) en lo que refiere a que “la cultura tributaria se forma y fortalece a través de la educación. Aspecto que se ha priorizado en la presente tesis, al señalar que la educación a través de las dimensiones: conocimientos, valores y comportamiento, logran cultura tributaria para evitar evasión tributaria.

Las teorías empleadas en la tesis han dado un marco científico a nuestros resultados, resaltamos la teoría de la imposición tributaria, que permite analizar que el estado destina grandes aportes de dinero, para la realización de obras de los servicios sociales del país, En relación a la teoría de relación de sujeción, resaltamos que la obligación de pagar impuestos no está supeditada a que el contribuyente perciba ventajas particulares, en cuanto a la teoría de la necesidad social, destacamos que las necesidades físicas del hombre comprendidas en

alimento, vestido, habitación, son indispensables para sobrevivir, y así mejorar sus condiciones de vida. La teoría del sacrificio nos permite interpretar, que el ciudadano que paga sus impuestos, sacrifica sus ingresos, porque no obtiene compensación individual, por tanto, debe ser lo menos posible, en función de la mayor repartición del impuesto entre los ciudadanos y el mínimo obstáculo al aumento de la producción.

Algunos resultados descriptivos que se encuentran en el anexo III, realizados a cada variable y sus dimensiones son relevantes, así Cultura tributaria:

De la figura 2, un 45,6% de docentes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho-2017, alcanzaron un nivel medio en la dimensión conocimientos de la cultura tributaria, un 31,0% consiguieron un nivel bajo y un 23,4% obtuvieron un nivel alto.

De la fig. 3, un 45,0% de docentes alcanzaron un nivel medio en la dimensión valores de la cultura tributaria, un 37,4% consiguieron un nivel medio y un 17,5% obtuvieron un nivel bajo.

De la fig. 4, un 45,0% de docentes, alcanzaron un nivel medio en la dimensión comportamiento de la cultura tributaria, un 38,0% consiguieron un nivel alto y un 17,0% obtuvieron un nivel bajo.

A continuación, revelamos los resultados de las dimensiones de la variable satisfacción del contribuyente:

De la fig. 5, un 49,1% de docentes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho-2017, alcanzaron un nivel medio en la variable

satisfacción del contribuyente, un 33,3% consiguieron un nivel alto y un 17,5% obtuvieron un nivel bajo.

De la fig. 6, un 49,1% de docentes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho-2017, alcanzaron un nivel medio en la dimensión orientación adecuada al contribuyente, un 30,4% consiguieron un nivel alto y un 21,1% obtuvieron un nivel bajo.

De la fig. 8, un 43,9% de docentes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho-2017, alcanzaron un nivel medio en la dimensión registro correcto de los datos, un 36,3% consiguieron un nivel alto y un 19,9% obtuvieron un nivel bajo.

Los datos guardan proximidad con las conclusiones obtenidas por Fierro, S (2014). Conclusiones: Docentes y empleados de la Universidad Estatal de Bolívar en su gran mayoría desconocen la Ley de Equidad Tributaria por diferentes factores, pero especialmente a falta de capacitación. 2. No poseen cultura tributaria lo que ha incidido en una serie de problemas personales y de afectación también al Estado. 3. Docentes y empleados en un porcentaje considerable se dedican a ofrecer servicios profesionales aparte de sus labores en la universidad y esto requiere que tengan el registro único del contribuyente (RUC) y el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

Los resultados obtenidos en nuestra tesis son inéditos que corresponde a una investigación correlacional, de corte transversal. Diseño No experimental que nos ha permitido cuantificar la correlación.

CONCLUSIONES

Primera: Existe relación estadísticamente significativa entre la cultura tributaria y la satisfacción de los contribuyentes docentes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho-2017, el coeficiente de la correlación de Spearman, devuelve un valor de 0.854, representando una **correlación positiva alta**.

De la prueba realizada a las hipótesis específicas tenemos:

Segunda: Existe relación significativa entre la dimensión conocimientos y la satisfacción de los contribuyentes docentes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho-2017, el coeficiente de correlación de Spearman, devuelve un valor de 0.718, representando una **correlación positiva alta**.

Tercera: Existe relación significativa entre la dimensión valores y la satisfacción de los contribuyentes docentes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho-2017, el coeficiente de correlación de Spearman, devuelve un valor de 0.809, representando **correlación. positiva alta**.

Cuarta: Existe relación significativa entre la dimensión comportamiento y la satisfacción de los contribuyentes docentes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho-2017, porque la correlación de Spearman, devuelve un valor de 0.805, representando una **correlación positiva alta**

CAPITULO V: RECOMENDACIONES

- 1) Las variables cultura tributaria y satisfacción del contribuyente, son aspectos que los investigadores, deben continuar profundizando para visibilizar sus resultados en las instancias competentes como la SUNAT, y el Estado para planificar las políticas sociales que mayor parte de los aportes se invierte, asimismo la proyección y educación a nuestra ciudadanía, contribuye en la cultura tributaria influyendo directamente en la mejor calidad de vida de los que menos tienen.

- 2) Los conocimientos, son aspectos para entender la importancia de la tributación, por lo que es necesario ampliar la difusión y promoción de los saberes desde las etapas iniciales y que estos sean permanentes, acompañados de normas de ética, de este modo formaremos personas con deber moral de pagar sus impuestos, y no se cometan actos de fraude fiscal, en detrimento de la sociedad.

- 3) Los valores, deben ser impuestos en nuestra comunidad a través de los distintos medios de comunicación, así la actitud del ciudadano común, será con responsabilidad en decir y actuar con la verdad, asumiendo las consecuencias de lo que hace y de dejar de hacerla, la parte legal, actualmente constituye un instrumento coercitivo, pero eficaz para lograr sus objetivos. Se deben organizar actividades de bien común para fortalecer los lazos de la solidaridad y responsabilidad, convirtiéndose en agentes de difusión del cambio de actitud frente a los impuestos.

- 4) El comportamiento del ciudadano, es el reflejo de su cultura, en sus emociones, valores, y todo tipo de actitudes, por tanto, el respeto a las normas, las sanciones, pagar voluntariamente los impuestos, aunque este sea un sacrificio para la persona, influirá en la reducción del fraude fiscal.

CAPITULO VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Electrónicas

Atoche, R. (2015). *La cultura tributaria y su impacto en el cumplimiento de las obligaciones tributarias mensuales de IGV-renta en los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana en el año 2015, Facultad de Ciencias Contables -Universidad de Chicla.*

<https://www.google.com.pe/search?q=Atoche%2C+R.+2015.+Laias+mensuales+de+IGV-> Consultado:2017, abril 4.

Berganza, M. & Goenaza, M. (2012). *Fiscalidad en América Latina Economía* (IELAT – septiembre 2012, Instituto de Estudios Latinoamericanos – Universidad de Alcalá.

<http://www20.iadb.org/intal/catalogo/PE/2013/11451.pdf>. Recuperado: 2017, abril 20.

Bernal. (2012) *Educación fiscal universitaria con perspectiva de género, Tesis: Implementación de la Educación Tributaria a nivel universitaria en la ciudad de Cuenca.* www.redalyc.org/html/3575/357533687008/ Recuperado: 2017, abril 15.

Fierro, S. (2012). *Valoración de la reformativa para la equidad tributaria y la declaración de impuestos, de los docentes y empleados de la Universidad Estatal de Bolivia, Guaranda.*

dspace.ueb.edu.ec/bitstream/123456789/306/3/TESIS.pdf Recuperado: 2017, abril 16.

Guerrero, P. (2015) *La evasión tributaria e incidencia en la recaudación del impuesto a la renta de personas naturales en la Provincia del Guayas, periodo 2009-2012*. Universidad de Guayaquil, Ecuador. Recuperado: 2017, abril 12.

Goenaza, M. (2012). *Elementos principales de la Cultura*, Instituto de Estudios Latino Americanos – Universidad de Alcalá.

<https://www.researchgate.net/.../301565678> Recuperado: 2017, abril 12

González, N. (2016) *Análisis de la calidad de los servicios en el Departamento de atención al ciudadano del servicio de rentas internas en el catón La troncal. Universidad La Católica de Cuenca. Ecuador.*

space.ucacue.edu.ec/handle/reducacue/7405. Recuperado: 2017, abril 14.

Ministerio de economía y finanzas. (2012). *Taller de inducción sobre técnicas para la mejora de la recaudación del impuesto predial-giz*. Recuperado: 2017, abril 13.

Ministerio de economía y finanzas. (2013). *Manuales para la mejora de la recaudación del instituto predial Manual N°2: Atención al contribuyente*. Perú.https://www.mef.gob.pe/contenidos/presu_publ/.../2_Atencion_al_contribuyente.pdf

Navas, M. (2013) *Evaluación de gestión de la calidad de los servicios de salud ofertados por el hospital San Sebastián de catón Sigsig. Cuenca Ecuador.*
dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5059/1/UPSCT002680.pdf. Recuperado: 2017: abril 13.

- Lascurren, I. (2012). *Diagnóstico y propuestas de mejora de la calidad en el servicio de una empresa de unidades de energía eléctrica interrumpida Tesis para optar Grado de Magister*. Universidad Iberoamericana México.
www.bib.uia.mx/tesis/pdf/015599/015599.pdf Recuperado: 2017, abril 20
- Palacios, J. (2013) *Valoración psicométrica de la escala QPSC de calidad percibida en servicios socio culturales locales*. Tesis doctoral Universidad autónoma de Madrid.
https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/13034/62513_Palacios%20Gomez%20Jose%20 Recuperado: 2017, abril 10.
- Robles. D. (2016) *Los factores determinantes de la evasión tributaria en las microempresas del sector comercio de la ciudad de Chimbote*, tesis para obtener el Grado de Magister. Universidad de Trujillo.
<http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/4602/Tesis%20Maestr%C3%ADa%20-%20DANIEL%20ROBLES%20CAMPOS.pdf?sequence=1>
Recuperado: 2017, abril 10.
- Rojas, J. (2015) *Un modelo de satisfacción de usuarios como herramienta de apoyo a la gestión de una Municipalidad. Análisis de los servicios entregados en edificio consistorial y departamento de desarrollo social de la Municipalidad del Prado*. Tesis para optar el Grado de Magister, Universidad de Chile. <https://www.google.com/search?q=Rojas%2C+J.+%282015%29>.
Recuperado: 2017, abril 14.
- Quintanilla, J. (2012). *La Universidad en la Cultura Tributaria–Universidad de Guayaquil*.
dspace.ups.edu.ec/.../1/La%20universidad%20en%20la%20cultura%20tributaria.pdf Recuperado: 2017, abril 09.

Quintanilla, E. (2014) *La evasión tributaria y su incidencia en la recaudación fiscal en el Perú y Latino América. Tesis para optar el Grado de Magister, Universidad San Martín de Porres.*

http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1106/1/quintanilla_ce.pdf Recuperado: 2017, abril 05.

Solórzano, D. (2011). *La cultura tributaria, un instrumento para combatir la evasión tributaria, en el Perú.*

<https://es.scribd.com/document/192942253/Cultura-Tributaria-Dulio-Solorzano>. Recuperado: 2017, abril 18.

Toniut, H. (2013) *Medición de la satisfacción al cliente en sugerencias en la ciudad del Mar de Plata. Argentina.*

nulan.mdp.edu.ar/1773/1/toniut_h_2013.pdf Recuperado: 2017, abril 15.

Fuentes hemerográficas

Amasifuen, M. (2016). *Importancia de la Cultura Tributaria en el Perú, Revista Accounting –for business – Volumen 1, p.p.73-90. Consultado: 2017, abril 14.*

Armas, M. & Colmenares, M. (2009). *Educación para el desarrollo. Universidad Rafael Bellosillo Chacín URBE – Maracaibo Venezuela REDHECS. P.148 y 149. Consultado: 2017, abril 12.*

Bernal, R., Sandoval, M., Télles, L. (2013). *Educación fiscal universitaria con perspectiva de género, Facultad Latino americana de Ciencias Sociales, Universidad Politécnica de Zacatecas. México. 2do Congreso Virtual Tecnología Educación y Sociedad – ISBN: 978-607-8254-606. Centro de*

- Estudios de Investigación para el desarrollo Docente. CENID A.C.
Consultado: 2017, abril 09.
- Cortázar, J. (2000). *Cultura Tributaria en América Latina Experiencias y líneas de acción. Seminario Institucional de Fiscalización Tributaria contexto – Brasil BID – Revista CLAD, Reforma Democrática N° 17.* Consultado: 2017, mayo 07.
- Chávez, P. (1993) *Quipukamayoc. Universidad Mayor de San Marcos.* Vol. 1, Núm. 2 (1993) > Chávez Ackermann. Consultado: 2017, mayo .05
- Hernández, P. (2011) *Importancia de la satisfacción del usuario. Centro Universitario de investigaciones bibliotecológicas, (CUIB) UNAM México.* Documentación de las Ciencias de la Información 2011, vol. 34, 349-368 356. Consultado: 2017, abril 04.
- Mendoza, F., Palomino R., Robles, J. & Ramírez, R. (2016). *Correlación entre Cultura Tributaria y Educación Tributaria Universitaria: Caso Universidad Estatal Sonora.* Revista Global de Negocios. Volumen 4 N° 1, 2016 p.p. 61-76 ISSN. 2328 – 4641 (print) IBFR. Consultado: 2017, abril 02.
- Roca, C. (2009) *Estrategias para la formación de la Cultura Tributaria – Asambleas General del CIAT N° 42 p. 4.* La Solidaridad UNE. Consultado: 2017, abril 08.
- Sarduy, M. & Gancedo, I. (2016). *La Cultura Tributaria en la Sociedad Urbana: un problema a resolver – Universidades /Habana – Cuba.* Cofín Habana 2016.10 (número 1) p.p. 126-141. Consultado: 2017, abril 09.
- Vargas, C. (2012) *El principio de justicia de la tributación.* Universidad Católica del Oriente Rio Negro, Págs. 207 a 210. Consultado: 2017, abril 02.

Consultas:

http://sisbib.unmsm.edu.pe/BibVirtual/Publicaciones/administracion/v02_n3/Rese%C3%B1a02.htm.

<http://www.monografias.com/trabajos13/clapre/clapre.shtml>

<http://www.personales.ulpgc.es/jbrito.daea/8.%20TeoriaGastoPublico.PDF>(documento s/f

Textos referidos a la metodología de la investigación.

Hernández, R., Fernández, C. & Batista. (2003), *Metodología de la investigación*, Mc GraW Hill, México.

Sierra, R. (1996). *Tesis doctorales y trabajos de investigación científica*. Cuarta Edición. Editorial PARANINFO. Madrid.

Sáenz, W. (2011). *Guía de Investigación I y II*. Perú. Universidad Federico Villarreal.

Sifuentes, M. (2017) Centro de Investigadores Científicos. Email: Sifuentes308@ Hotmail.com

ANEXOS

Anexo 1

Ficha técnica del instrumento de recolección de datos

Variable 1

Denominación	: Cuestionario para medir la V1 Cultura Tributaria de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión 2017
Autora	: Cuadros K. (2017), investigadora.
Adaptación	: Se ha tomado como base la teoría de diversos autores sobre Cultura tributaria.
Objetivo	: Medir estadísticamente la relación de la Cultura tributaria con la variable 2 satisfacción del contribuyente docente de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.
Alcances	: Docentes universitarios nombrados.
Forma de Aplicación	: Individual
Duración	: 15 minutos
Material	: Cuestionario con 27 ítems, lápiz o lapicero
Calificación	: Se toma en cuenta la siguiente valoración: S=5, CS=4, AV=3, CN=2 y N= 1
Puntaje	: Suma de las respuestas por cada encuestado.
Dimensiones	: Los ítems y puntajes están distribuidos de la siguiente Conocimientos 1 al 9 Valores 10 al 19 Comportamiento 19 al 27
Tipificación	: Utilizando puntuaciones de escala de LIKERT.
Descripción	: Instrumento elaborado en función a las teorías sobre cultura tributaria.
Medida paramétrica	: Confiabilidad y validación que se realiza en el proceso de la investigación.

Ficha técnica del instrumento de recolección de datos

Variable 2

Denominación : Cuestionario para medir **V2 Satisfacción del contribuyente**

docente de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión 2017

Autora : Cuadros, K. (2017) investigadora.

Adaptación : Se ha tomado como base la teoría de diversos autores sobre satisfacción del contribuyente.

Objetivo : Medir estadísticamente la relación de la Satisfacción del contribuyente docente con la cultura tributaria, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

Alcances : Docentes universitarios.

Forma de Aplicación : Individual

Duración : 15 minutos

Material : Cuestionario con 27 ítems, lápiz o lapicero

Calificación : Se toma en cuenta la siguiente valoración:
S=5, CS=4, AV=3, CN=2 y N= 1

Puntaje : Suma de las respuestas por cada encuestado.

Dimensiones : Los ítems y puntajes están distribuidos:
Orientación adecuada sobre las obligaciones de los contribuyentes: ítems 1 al 8. Cumplimiento de las obligaciones de los contribuyentes: ítems 9 al 18
Registro correcto de los datos de los contribuyentes: 19 al 27.

Tipificación : Utilizando puntuaciones de escala de LIKERT.

Descripción : instrumento elaborado en función a las teorías sobre satisfacción del Contribuyente.

Medida paramétrica: Confiabilidad y validación que se realiza en el proceso de la investigación.

Anexo II

**UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO
VILLARREAL
ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO
MAESTRIA EN DERECHO CON MENCIÓN EN POLÍTICA FISCAL Y
TRIBUTACIÓN**

**CUESTIONARIO PARA MEDIR LA CULTURA TRIBUTARIA DEL
DOCENTE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL JOSE FAUSTINO SÁNCHEZ**

CARRIÓN HUACHO-2017

Autor: Cuadros, K. (2017)
para la VI

Presentación: Estimado (a) docente, esta encuesta tiene por objetivo obtener información, sobre La Cultura tributaria posee confidencialidad, y respeta el anonimato en la presentación de los resultados. Leer cada ítem y marcar con una (X) la opción que elija.

Categoría: **Principal** () **Asociado** () **Auxiliar** ()

Siempre (5) Casi siempre (4) Algunas veces (3) Muy pocas veces (2) Nunca (1)

Nº	CONOCIMIENTO	<i>Siempre</i>	<i>Casi siempre</i>	<i>Algunas veces</i>	<i>Muy pocas veces</i>	<i>Nunca</i>
	EDUCACIÓN					
01	Participo en talleres de actualización tributaria para capacitarme y no incurrir en delitos tributarios.					
02	La currícula escolar y universitaria tiene asignaturas que inducen al cumplimiento tributario.					
03	Conozco las fuentes de descuento tributario que me ejecutan en la universidad y son justos.					
	DIVULGACIÓN					
04	Los medios de comunicación me enteran sobre mis obligaciones tributarias.					
05	Mi institución usa la prensa, carteles, murales, folletos dirigidos a los docentes y población universitaria motivando a cumplir con sus obligaciones tributarias					
06	Participo en campañas de sensibilización sobre temas tributarios o comprobante de pago.					
	PROMOCIÓN					
07	La universidad en asociación con la UGEL, Gobierno Regional y SUNAT, realizan actividades educativas que refuerzan la conciencia tributaria.					
08	Mi institución junto con la SUNAT, realiza actividades festivas sobre cooperación y solidaridad a través del tributo					
09	La Universidad en coordinación con organizaciones benéficas desarrolla obras voluntarias a favor de los más necesitados: ancianos, niños y mujeres.					
	VALORES					

	VERDAD					
10	Actuó con responsabilidad en el decir y actuar con la verdad, con respecto al pago de mis impuestos					
11	Cumplo con mis deberes asumiendo las consecuencias de lo que hago y dejo de hacer.					
12	Guardo buen juicio, cautela, capacidad de prever y evitar peligros con respecto a la tributación					
	LEGALIDAD					
13	No me gusta declarar sobre mis propiedades y bienes.					
14	Temo ser sancionado por incumplimiento de pago tributario.					
15	Cumplo con las leyes tributarias de mi país.					
	SOCIEDAD					
16	Tengo disposición de actuar y aportar en función de los más necesitados.					
17	Colaboro junto con mis vecinos en actividades comunes.					
18	Me adhiero a una causa justa o necesidad ajena prestándole ayuda.					
	COMPORTAMIENTO					
	LEY					
19	Respeto las normas y leyes tributarias					
20	Conozco la ley que sanciona la evasión tributaria.					
21	Siento que los impuestos a la renta por mis haberes y otros ingresos son autoritarios					
	MORAL					
22	Voluntariamente pago mis impuestos por mis propiedades.					
23	Pienso en las necesidades de mi pueblo, por eso pago puntualmente.					
24	Me molesta pagar, porque los altos funcionarios nos roban.					
	CULTURA					
25	Me fastidia pagar impuestos y que no lo haga mi vecino.					
26	Me cuesta declarar sobre mis propiedades o ganancias.					
27	Estoy contenta con la construcción de los servicios públicos que hace el Estado con mis impuestos.					

El uso de este instrumento solo se hará con autorización de la autora. (Basado en teorías expuestas por Sergio estrada Farfán 2014).

Gracias.

Julio del 2017

**UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO
VILLARREAL
ESCUELA UNIVERSITARIA DE
POSGRADO
MAESTRIA EN DERECHO CON MENCIÓN EN POLÍTICA FISCAL Y TRIBUTACIÓN**

**CUESTIONARIO PARA MEDIR LA SATISFACCION DEL
CONTRIBUYENTE DOCENTE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO
SÁNCHEZ CARRIÓN HUACHO-2017**

Autor: Cuadros, K. (2017)
para la V2

Presentación: Estimado (a) docente, esta encuesta tiene por objetivo obtener información, acerca de La Cultura tributaria y la satisfacción del docente contribuyente, posee confidencialidad, y respeta el anonimato en la presentación de los resultados. Leer cada ítem y marcar con una (X) la opción que elija.

Categoría: **Principal** () **Asociado** ()
Auxiliar ()

Siempre (5) Casi siempre (4) Algunas veces (3) Muy pocas veces (2) Nunca (1)

N ^o	ORIENTACIÓN ADECUADA AL CONTRIBUYENTE	<i>Siempre</i>	<i>Casi siempre</i>	<i>Algunas veces</i>	<i>Muy pocas veces</i>	<i>Nunca</i>
	Asignación de recursos					
01	Necesito formular mi declaración tributaria con ayuda de personal capacitado en servicio tecnológico.					
02	Involuntariamente incumplo mis obligaciones tributarias por carecer de información correcta					
	Tipos de servicio					
03	La atención presencial es exclusiva para mí y es muy buena					
04	La atención personalizada, me permite publicaciones detalladas y servicio tecnológico.					
	Infraestructura					
05	Las instalaciones de la infraestructura de la SUNAT y Municipalidad, están hechas de acuerdo a las funciones que brindan.					
06	Me encuentro cómodo en las instalaciones de la SUNAT, Municipalidad					
	Perfil del personal					
07	El personal que me atiende tiene vocación de servicio.					
08	La imagen de la administración tributaria tiene que ver con la atención que brinda el personal.					
	CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS.					

	Gratuidad					
09	El servicio de atención es gratuito, salvo costo adicional por enviar información a mi domicilio.					
10	Las cartas, revistas, manuales, guías, llamadas telefónicas son gratuitas					
	Control de la demanda					
11	Las notificaciones sobre mis deudas tributarias me acercan a la municipalidad o SUNAT.					
12	Las presiones adoptadas por la SUNAT y Municipalidad me asustan.					
	Satisfacción del contribuyente					
13	Cumplen con lo que prometen, sobre todo en los descuentos tributarios.					
14	Mis expectativas sobre el servicio al contribuyente son positivas.					
15	Los días y horarios de atención se acoplan a mis necesidades.					
	Atención de los reclamos					
16	La atención de mis reclamos permiten un canal de comunicación entre contribuyentes y la administración tributaria					
17	Mis reclamos adoptaran medidas correctivas y preventivas					
18	Mis reclamos en la mayoría de casos se convierten en solo sugerencias.					
	REGISTRO CORRECTO DE LOS DATOS					
	Servicios de información y asistencia.					
19	Me ayudan a resolver mis dudas sobre el cumplimiento de mis obligaciones tributarias.					
20	Colaboran con la impresión de mi Declaración Tributaria y DNI.					
21	Claridad en la información brindada para solucionar problemas.					
	Información tributaria					
22	Existe información colectiva con mensajes para el contribuyente a través de cartas, guías, manuales.					
23	Recibo información presencial, con sistema informático en tiempo óptimo.					
24	Me gusta recibir información tributaria individual a través del INTERNET					
	Asistencia tributaria					
25	El soporte informático facilita la confirmación o cuestionamiento de los datos tributarios.					
26	Las declaraciones tributarias a través del INTERNET garantizan seguridad en los datos que consigno.					
27	Me gusta recibir llamadas telefónicas informándome sobre mis obligaciones tributarias.					

El uso de este instrumento solo se hará con autorización de la autora. Basado en criterios y teorías expuestas en Manuales para la mejora de la recaudación del impuesto predial 2 Atención al Contribuyente. Abril 2015.

Gracias
Julio del 2017

ANEXO III: Definición de términos

- 1) Asignación de recursos: destinados a financiar los servicios de atención al contribuyente debe tener en cuenta las dificultades a las que debe hacer frente al presentar sus declaraciones juradas de carácter tributario. Atención al contribuyente (2015, p.18h).
- 2) Atención de los reclamos: se convierte en un canal directo de comunicación entre los contribuyentes y la administración tributaria, a través del cual ella puede conocer la percepción de los contribuyentes. Atención al contribuyente (2015, p. 24i).

- 3) Control de demanda: se refiere a las medidas que la administración tributaria debe de adoptar para fomentar o limitar el crecimiento de la demanda de los servicios. Ello supone evaluar que tendría que introducir un nuevo servicio. (atención telefónica, por ejemplo). Atención al contribuyente (2015, p. 20j).
- 4) Cultura tributaria: conjunto de conocimientos, percepciones, actitudes y prácticas de conducta de una sociedad o de un grupo social respecto a la tributación. Citado por Estrada, S. (2014, p. 7k).
- 5) Cumplimiento de las obligaciones tributarias: es colaborar con el contribuyente para que pueda cumplir con sus obligaciones tributarias. en esta línea no basta una orientación adecuada. Atención al contribuyente (2015, p. 13 l).
- 6) Gratuidad de los servicios: el servicio debe ser gratuito, salvo que irroge un costo adicional a la administración tributación municipal. Atención al contribuyente (2015, p. 22m).
- 7) Información colectiva: es elaborada por la administración tributaria municipal antes de ser solicitada por el contribuyente, porque la considera relevante. Puede ser suministrada de oficio o ante un requerimiento, (por ejemplo: solicitud de un manual). Atención al contribuyente (2015, p. 30n).
- 8) Información individual: surge por petición de un contribuyente que plantea una cuestión que lo afecta individualmente, una vez que recibe la información, aunque puede elegir entre la información suministrada a otro

criterio que considere más adecuado. Atención al contribuyente (2015, p. 30ñ).

- 9) Obligaciones del contribuyente: “El servicio de atención debe estar diseñado para brindar toda la información que requiere el contribuyente para cumplir con sus obligaciones tributarias de manera sencilla y clara... La correcta orientación al contribuyente para que pueda cumplir con sus obligaciones tributarias garantiza una mayor eficiencia en la administración tributaria” Atención al contribuyente (2015, p. 13o).
- 10) Registro correcto de los datos de los contribuyentes: Si se ingresa información “inconsistente” al sistema informático, lo que se obtenga seguirá siendo inconsistente, aún si ha sido procesada. Ello genera mayores costos de transacción a la administración tributaria municipal, así como molestias al contribuyente. Atención al contribuyente (2015, p. 14p).
- 11) Satisfacción de los docentes contribuyentes: Son quienes reciben la información, la organizan e internalizan y actúan de acuerdo a sus actitudes y valores en función de las directivas impositivas que emanan del estado y que se cumplen a través de las instituciones (Universidad) que se ven reflejados en los impuestos a la Renta. Solórzano, D. (2015).
- 12) Satisfacción del contribuyente: existe una relación inversamente proporcional: a mayor expectativas menor satisfacción; a menor expectativa, mayor satisfacción. A pesar que en ambos casos se haya recibido un servicio idéntico. Atención al contribuyente (2015, p. 21q).
- 13) Servicios de asistencia: son aquellos que se dirigen a ayudar a los contribuyentes a cumplir con sus obligaciones tributarias, aun cuando es la

propia administración tributaria municipal quien cumple con parte de las obligaciones. Por ejemplo, colaborando con la impresión de una declaración. Atención al contribuyente (2015, p. 29r).

14) Servicios de información: son aquellos que se dirigen a resolver las dudas planteadas por los contribuyentes e cuanto a la normativa y cumplimiento de las obligaciones tributarias. Resuelta la duda, es el propio contribuyente quien las cumple. Atención al contribuyente (2015, p. 29s).

15) Tipos de servicio: la atención al contribuyente debe ofrecerse a través de distintos tipos de servicios, de acuerdo con las características de cada grupo. Atención al contribuyente (2015, p. 19t).

16) Valores: son los criterios que usa una persona para elegir entre muchas posibilidades aquello que se acerca a su forma de pensar, de sentir y de los intereses que tiene. Diccionario de la Real Academia.

17) Perfil del personal de atención: el personal del área de atención al contribuyente es el factor clave para la prestación de un servicio de calidad que logre satisfacerlo. p.19v

Anexo IV

RESULTADOS DESCRIPTIVOS

Tabla de contingencia Categoría * Cultura tributaria

		Cultura tributaria			Total
		Bajo	Medio	Alto	
Categoría	Principal	1 3,2%	26 83,9%	4 12,9%	31 100,0%
	Asociado	3 3,4%	63 71,6%	22 25,0%	88 100,0%
	Auxiliar	2 3,8%	36 69,2%	14 26,9%	52 100,0%
Total		6 3,5%	125 73,1%	40 23,4%	171 100,0%

Tabla de contingencia Categoría * Satisfacción del contribuyente

		Satisfacción del contribuyente			Total
		Bajo	Medio	Alto	
Categoría	Principal	0 0,0%	25 80,6%	6 19,4%	31 100,0%
	Asociado	4 4,5%	50 56,8%	34 38,6%	88 100,0%
	Auxiliar	3 5,8%	28 53,8%	21 40,4%	52 100,0%
Total		7 4,1%	103 60,2%	61 35,7%	171 100,0%

Descripción de los resultados

Tabla 3

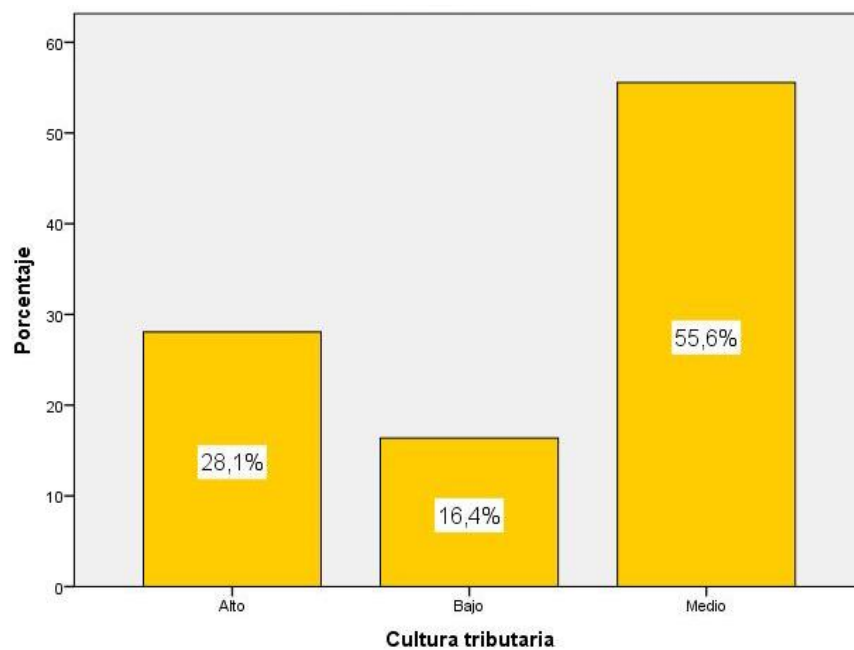
Cultura tributaria

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Alto	48	28,1	28,1
	Bajo	28	16,4	44,4
	Medio	95	55,6	100,0
	Total	171	100,0	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a docentes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho-2017

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

Figura 1



De la fig. 1, un 55,6% de docentes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho-2017, alcanzaron un nivel medio en la cultura tributaria, un 28,1% consiguieron un nivel alto y un 16,4% obtuvieron un nivel bajo.

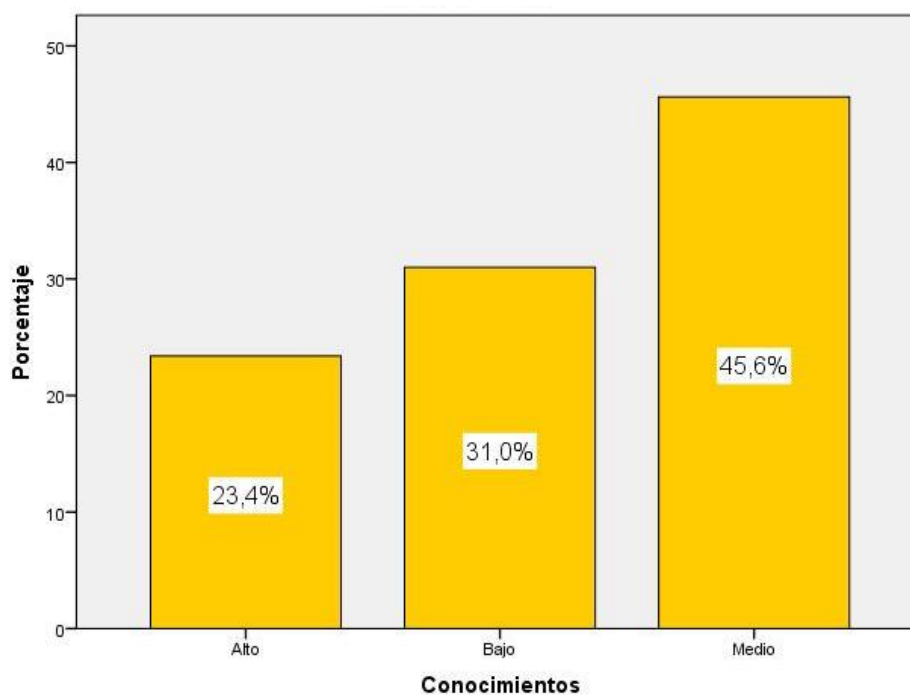
Tabla 4
Conocimientos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Alto	40	23,4	23,4	23,4
Bajo	53	31,0	31,0	54,4
Medio	78	45,6	45,6	100,0
Total	171	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a docentes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho-2017

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

Figura 2



De la fig. 2, un 45,6% de docentes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho-2017, alcanzaron un nivel medio en la dimensión conocimientos de la cultura tributaria, un 31,0% consiguieron un nivel bajo y un 23,4% obtuvieron un nivel alto.

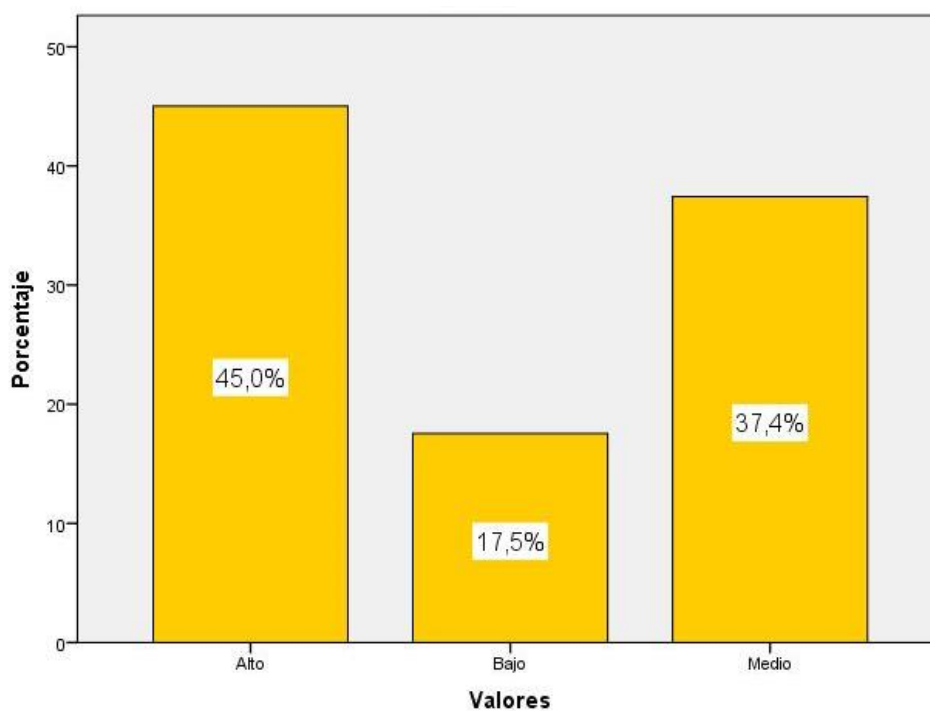
Tabla 5
Valores

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Alto	77	45,0	45,0
	Bajo	30	17,5	62,6
	Medio	64	37,4	100,0
	Total	171	100,0	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a docentes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho-2017

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

Figura 3



De la fig. 3, un 45,0% de docentes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho-2017, alcanzaron un nivel medio en la dimensión valores de la cultura tributaria, un 37,4% consiguieron un nivel medio y un 17,5% obtuvieron un nivel bajo.

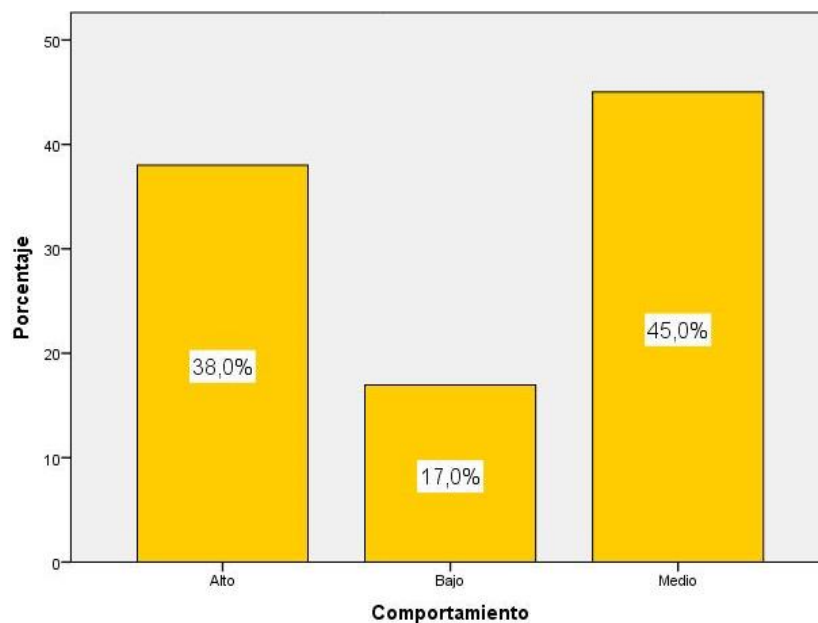
Tabla 6
Comportamiento

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Alto	65	38,0	38,0	38,0
Bajo	29	17,0	17,0	55,0
Medio	77	45,0	45,0	100,0
Total	171	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a docentes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho-2017

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

Figura 4



De la fig. 4, un 45,0% de docentes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho-2017, alcanzaron un nivel medio en la dimensión comportamiento de la cultura tributaria, un 38,0% consiguieron un nivel alto y un 17,0% obtuvieron un nivel bajo.

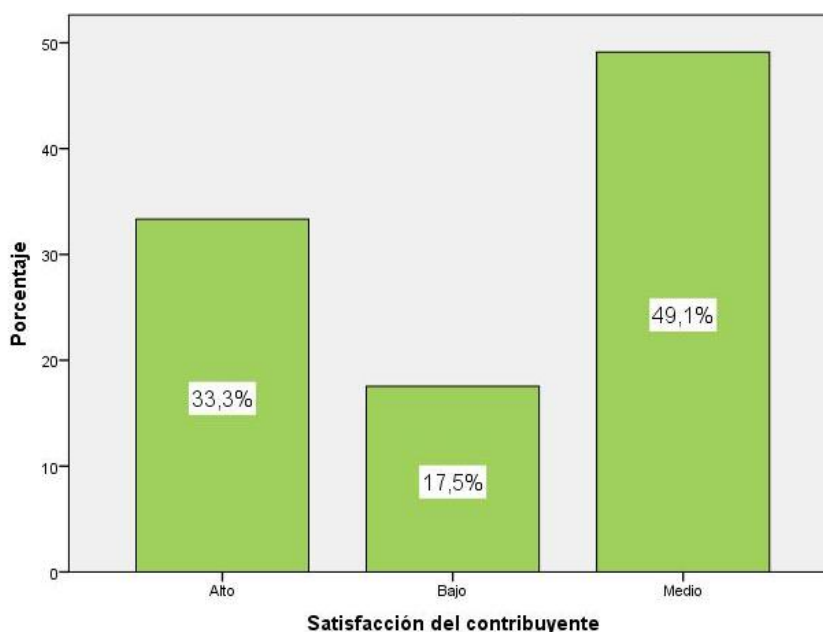
Tabla 7
Satisfacción del contribuyente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Alto	57	33,3	33,3
	Bajo	30	17,5	50,9
	Medio	84	49,1	100,0
	Total	171	100,0	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a docentes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho-2017

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

Figura 5



De la fig. 5, un 49,1% de docentes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho-2017, alcanzaron un nivel medio en la variable satisfacción del contribuyente, un 33,3% consiguieron un nivel alto y un 17,5% obtuvieron un nivel bajo.

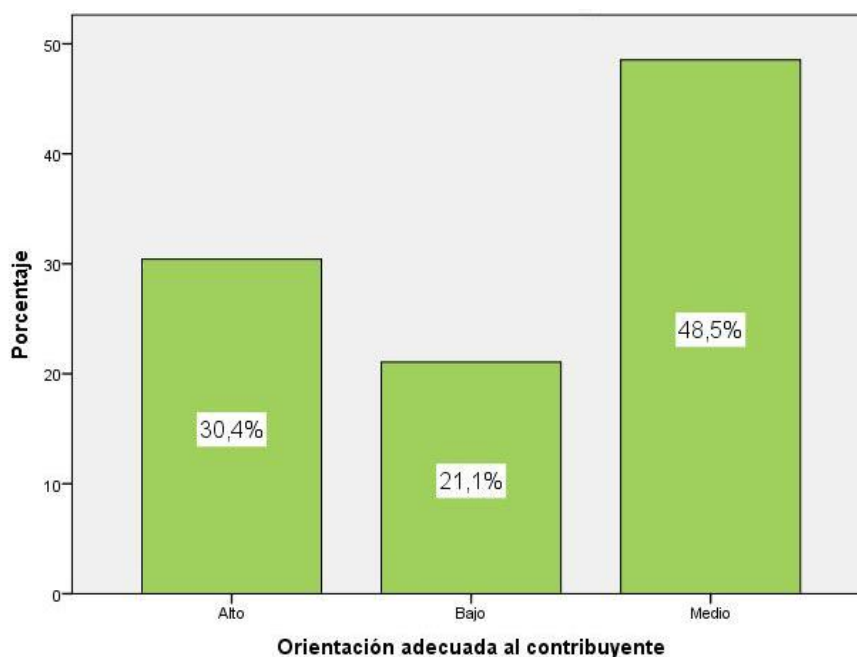
Tabla 8
Orientación adecuada al contribuyente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Alto	52	30,4	30,4	30,4
Bajo	36	21,1	21,1	51,5
Medio	83	48,5	48,5	100,0
Total	171	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a docentes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho-2017

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

Figura 6



De la fig. 6, un 49,1% de docentes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho-2017, alcanzaron un nivel medio en la dimensión orientación adecuada al contribuyente, un 30,4% consiguieron un nivel alto y un 21,1% obtuvieron un nivel bajo.

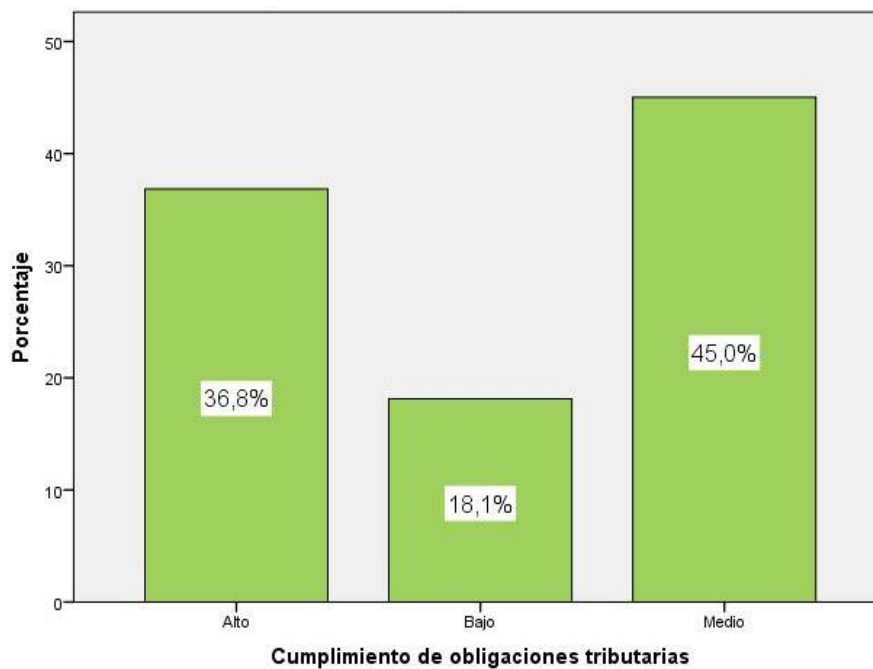
Tabla 9
Cumplimiento de obligaciones tributarias

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Alto	63	36,8	36,8
	Bajo	31	18,1	55,0
	Medio	77	45,0	100,0
	Total	171	100,0	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a docentes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho-2017

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

Figura 7



De la fig. 7, un 45,0% de docentes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho-2017, alcanzaron un nivel medio en la dimensión cumplimiento de obligaciones tributarias, un 36,8% consiguieron un nivel alto y un 18,1% obtuvieron un nivel bajo.

Tabla 10

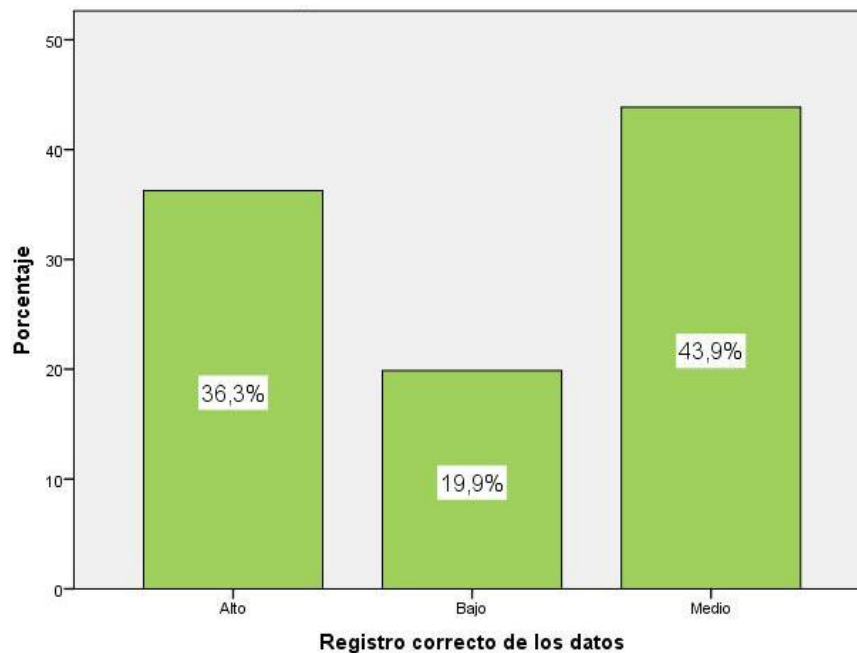
Registro correcto de los datos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Alto	62	36,3	36,3
	Bajo	34	19,9	56,1
	Medio	75	43,9	100,0
	Total	171	100,0	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a docentes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho-2017

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

Figura 8



De la fig. 8, un 43,9% de docentes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho-2017, alcanzaron un nivel medio en la dimensión registro correcto de los datos, un 36,3% consiguieron un nivel alto y un 19,9% obtuvieron un nivel bajo.

Prueba de normalidad de Kolmogorov – Smirnov

La tabla 11 presenta los resultados de la prueba de bondad de ajuste de Kolmogorov – Smirnov (K-S). Se observa que las variables y dimensiones no se aproximan a una distribución normal ($p < 0.05$). En este caso, se determinarían correlaciones entre variables y dimensiones, la prueba estadística es la No paramétrica: Prueba de Correlación de Spearman.

Tabla 11

Resultados de la prueba de bondad de ajuste Kolmogorov - Smirnov

Variables y dimensiones	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Conocimientos	,181	171	,000
Valores	,148	171	,000
Comportamiento	,090	171	,002
Cultura tributaria V1	,100	171	,000
Orientación adecuada al contribuyente	,117	171	,000
Cumplimiento de obligaciones tributarias	,099	171	,000
Registro correcto de los datos	,108	171	,000
Satisfacción del contribuyente V2	,102	171	,000

ANEXO IV

Tabla 7. Validez de juicio de expertos V1 y V2

JUEZ / EXPERTO	INSTRUMENTO	INSTRUMENTO
	% V° 1	% V° 2
JUEZ 1	92	92
JUEZ 2	91	91
JUEZ 3	90	90
JUEZ 4	88	88
JUEZ 5	90	90
JUEZ 6	89	89
JUEZ 7	94	94
JUEZ 8	93	93
JUEZ 9	96	96
PROMEDIO % DE LA VALIDEZ	91.4%	91.4%

Fuente: Elaboración propia.

ANEXO V: Prueba de confiabilidad: Alfa de Cronbach

Tabla 2. Alfa de Cronbach V1

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	30	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	30	100,0

La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento

Tabla 3. Estadística de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,903	27

Fuente: Elaboración propia. Julio 2017.

Tabla 4. Alfa de Cronbach V 2

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	29	96,7
	Excluido ^a	1	3,3
	Total	30	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla 5. Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,844	27

Fuente: Elaboración propia: Julio 2017.

TABLA DE DATOS

N°	CULTURA TRIBUTARIA																														ST1	V1				
	CAT	Conocimientos											Valores										Comportamiento													
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	S1	D1	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	S2	D2	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25			P26	P27	S3	D3
1	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	25	Medio	3	5	5	3	2	1	3	3	5	30	Medio	5	5	3	5	5	5	3	3	3	37	Alto	92	Medio
2	3	2	1	2	3	3	3	3	3	3	23	Medio	1	3	2	1	3	3	3	4	3	23	Medio	3	4	3	3	3	3	2	2	26	Medio	72	Medio	
3	1	2	2	2	3	2	2	2	3	3	21	Medio	1	5	5	2	1	5	4	3	3	29	Medio	5	5	1	5	5	5	1	2	1	30	Medio	80	Medio
4	3	2	2	2	2	1	2	3	4	2	20	Bajo	2	2	1	2	1	1	2	2	2	15	Bajo	2	2	2	2	1	2	2	1	1	15	Bajo	50	Bajo
5	3	2	3	3	4	1	1	2	3	2	21	Medio	2	3	4	2	5	2	3	5	2	28	Medio	3	4	5	3	5	3	5	3	1	32	Medio	81	Medio
6	3	1	1	2	3	1	1	3	1	1	14	Bajo	1	5	3	1	3	5	3	1	3	25	Medio	5	1	5	3	5	3	3	2	1	28	Medio	67	Medio
7	1	2	3	3	1	1	3	1	2	2	18	Bajo	2	1	1	1	2	1	1	1	3	13	Bajo	1	1	2	2	2	2	3	3	4	20	Bajo	51	Bajo
8	1	3	4	4	3	3	2	2	2	1	24	Medio	4	5	5	4	1	5	5	5	5	39	Bajo	5	5	3	5	5	5	1	4	3	36	Alto	99	Alto
9	2	2	3	3	5	1	1	1	1	5	22	Medio	2	5	3	2	1	5	5	5	5	33	Alto	5	5	5	5	5	1	1	3	5	35	Alto	90	Medio
10	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	25	Medio	3	5	5	3	2	2	3	2	4	29	Medio	4	4	2	2	2	5	2	3	3	27	Medio	81	Medio
11	2	4	5	5	4	5	4	5	5	4	41	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	131	Alto
12	2	3	3	3	5	1	1	1	1	5	23	Medio	2	5	3	2	1	5	5	5	5	33	Alto	5	5	5	5	5	5	1	3	5	39	Alto	95	Medio
13	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	25	Medio	3	5	5	3	2	2	3	2	4	29	Medio	4	4	2	2	2	5	2	3	3	27	Medio	81	Medio
14	1	3	4	4	3	3	3	2	3	1	26	Medio	4	5	5	4	2	5	4	4	5	38	Alto	5	4	4	5	4	3	2	4	3	34	Alto	98	Medio
15	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	25	Medio	3	5	5	3	2	2	3	2	4	29	Medio	4	4	2	2	2	5	2	3	3	27	Medio	81	Medio
16	3	2	3	3	1	1	3	1	2	2	18	Bajo	2	1	1	1	2	1	1	1	3	13	Bajo	1	1	2	2	2	2	3	3	4	20	Bajo	51	Bajo
17	1	2	3	3	1	1	3	1	2	2	18	Bajo	2	1	1	1	2	1	1	1	3	13	Bajo	1	1	2	2	2	2	3	3	4	20	Bajo	51	Bajo
18	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	25	Medio	3	5	5	3	2	2	3	2	4	29	Medio	4	4	2	2	2	5	2	3	3	27	Medio	81	Medio
19	2	4	5	5	3	4	5	4	4	2	36	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	3	43	Alto	5	5	5	4	5	1	5	5	4	39	Alto	118	Alto
20	2	2	3	3	1	1	3	1	2	2	18	Bajo	2	1	1	1	2	1	1	1	3	13	Bajo	1	1	2	2	2	2	3	3	4	20	Bajo	51	Bajo
21	1	2	3	3	1	1	3	1	2	2	18	Bajo	2	1	1	1	2	1	1	1	3	13	Bajo	1	1	2	2	2	2	3	3	4	20	Bajo	51	Bajo
22	1	4	5	5	5	1	1	4	1	3	29	Medio	5	5	5	5	5	5	3	2	2	37	Alto	5	4	5	5	5	5	5	5	5	44	Alto	110	Alto
23	1	3	3	3	3	2	2	3	3	3	25	Medio	3	5	5	3	2	2	3	2	4	29	Medio	4	4	2	2	2	5	2	3	3	27	Medio	81	Medio
24	3	4	5	5	5	5	5	1	1	5	36	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	4	44	Alto	125	Alto
25	2	2	3	3	1	1	3	1	2	2	18	Bajo	2	1	1	1	2	1	1	1	3	13	Bajo	1	1	2	2	2	2	3	3	4	20	Bajo	51	Bajo
26	2	4	5	5	4	5	4	5	5	4	41	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	131	Alto
27	2	3	4	4	3	1	3	2	2	4	26	Medio	4	5	4	4	3	5	4	4	5	38	Alto	4	4	4	4	5	5	3	4	3	37	Alto	101	Alto
28	2	2	2	2	2	1	2	3	4	2	20	Bajo	2	2	1	2	1	1	2	2	2	15	Bajo	2	2	2	2	1	2	2	1	1	15	Bajo	50	Bajo
29	3	2	2	2	3	1	1	2	1	3	17	Bajo	1	5	5	1	1	5	5	5	4	32	Medio	5	5	2	5	5	1	1	2	2	28	Medio	77	Medio
30	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	25	Medio	3	5	5	3	2	2	3	2	4	29	Medio	4	4	2	2	2	5	2	3	3	27	Medio	81	Medio
31	1	2	1	2	2	1	1	1	2	3	15	Bajo	3	4	3	4	4	2	2	2	2	26	Medio	2	2	3	2	2	4	3	4	3	25	Medio	66	Medio
32	1	2	2	3	3	2	2	2	2	2	20	Bajo	5	5	5	2	3	5	5	5	5	40	Alto	5	5	4	5	4	1	2	2	2	30	Medio	90	Medio
33	1	1	1	5	4	1	3	1	1	3	20	Bajo	5	5	5	1	1	5	4	2	2	30	Medio	5	4	3	5	5	1	1	1	3	28	Medio	78	Medio
34	1	2	3	2	4	3	2	3	3	3	25	Medio	5	5	5	1	1	5	5	5	5	37	Alto	5	5	2	5	5	2	2	2	2	30	Medio	92	Medio
35	1	4	1	4	2	2	2	1	1	2	19	Bajo	5	5	5	1	4	5	3	3	3	34	Alto	4	3	4	5	4	3	3	3	3	32	Medio	85	Medio
36	1	1	1	2	3	2	1	2	2	2	16	Bajo	3	5	4	3	5	4	4	2	2	32	Medio	5	2	5	4	3	3	3	4	2	31	Medio	79	Medio

37	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	11	Bajo	2	5	5	5	5	5	5	4	5	41	Alto	5	5	4	5	5	1	1	1	1	28	Medio	80	Medio	
38	1	4	5	5	4	5	4	5	5	4	41	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	131	Alto
39	2	5	1	2	5	1	4	2	2	3	25	Medio	5	5	5	1	5	5	5	4	4	39	Alto	5	5	3	5	5	1	1	1	2	28	Medio	92	Medio		
40	2	2	4	5	3	4	1	1	1	1	22	Medio	5	5	5	1	2	5	1	1	1	26	Medio	5	4	4	5	4	1	4	1	5	33	Alto	81	Medio		
41	2	2	3	3	1	1	3	1	2	2	18	Bajo	2	1	1	1	2	1	1	1	3	13	Bajo	1	1	2	2	2	2	3	3	4	20	Bajo	51	Bajo		
42	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	25	Medio	3	5	5	3	2	2	3	2	4	29	Medio	4	4	2	2	2	5	2	3	3	27	Medio	81	Medio		
43	2	2	1	4	2	1	1	1	1	1	14	Bajo	5	5	5	1	1	1	5	5	5	33	Alto	5	5	5	5	5	1	1	1	5	33	Alto	80	Medio		
44	2	4	5	5	5	3	3	2	2	2	31	Medio	5	5	5	1	1	5	5	5	3	35	Alto	5	2	3	4	1	3	2	2	4	26	Medio	92	Medio		
45	2	4	5	5	4	5	4	5	5	4	41	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	131	Alto		
46	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	21	Medio	3	3	3	2	2	2	3	3	3	24	Medio	4	4	4	3	3	3	3	3	3	30	Medio	75	Medio		
47	2	4	3	4	4	3	3	3	3	4	31	Medio	4	3	4	3	3	4	3	3	3	30	Medio	4	3	3	4	4	4	3	4	4	33	Alto	94	Medio		
48	2	2	3	3	1	1	3	1	2	2	18	Bajo	2	1	1	1	2	1	1	1	3	13	Bajo	1	1	2	2	2	2	3	3	4	20	Bajo	51	Bajo		
49	2	4	5	5	4	5	4	5	5	4	41	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	131	Alto		
50	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	10	Bajo	5	5	5	5	5	5	5	3	4	42	Alto	5	5	5	5	2	5	2	1	1	1	27	Medio	79	Medio	
51	2	3	3	2	4	2	2	2	2	2	22	Medio	4	4	5	2	2	5	4	4	4	34	Alto	5	3	3	5	5	5	1	1	1	29	Medio	85	Medio		
52	2	2	3	3	1	1	3	1	2	2	18	Bajo	2	1	1	1	2	1	1	1	3	13	Bajo	1	1	2	2	2	2	3	3	4	20	Bajo	51	Bajo		
53	2	4	5	5	4	5	4	5	5	4	41	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	131	Alto		
54	2	2	3	3	1	1	3	1	2	2	18	Bajo	2	1	1	1	2	1	1	1	3	13	Bajo	1	1	2	2	2	2	3	3	4	20	Bajo	51	Bajo		
55	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	25	Medio	3	5	5	3	2	2	3	2	4	29	Medio	4	4	2	2	2	5	2	3	3	27	Medio	81	Medio		
56	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	22	Medio	5	4	5	1	4	5	4	4	3	35	Alto	5	5	4	5	5	1	1	1	3	30	Medio	87	Medio		
57	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	25	Medio	3	5	5	3	2	2	3	2	4	29	Medio	4	4	2	2	2	5	2	3	3	27	Medio	81	Medio		
58	3	3	2	3	4	2	3	2	2	2	23	Medio	4	4	5	2	4	5	5	3	4	36	Alto	5	4	4	4	4	2	2	3	3	31	Medio	90	Medio		
59	3	2	3	1	3	1	1	2	1	4	18	Bajo	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35	Alto	3	4	5	3	5	4	4	4	2	34	Alto	87	Medio		
60	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	32	Medio	4	4	5	2	2	3	4	5	4	33	Alto	4	3	3	5	5	5	5	5	5	40	Alto	105	Alto		
61	3	1	2	3	5	1	3	5	1	5	26	Medio	5	5	5	1	1	5	5	5	5	37	Alto	5	5	1	5	5	1	1	1	1	25	Medio	88	Medio		
62	3	2	2	2	2	1	2	3	4	2	20	Bajo	2	2	1	2	1	1	2	2	2	15	Bajo	2	2	2	2	1	2	2	1	1	15	Bajo	50	Bajo		
63	3	4	5	5	4	5	4	5	5	4	41	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	131	Alto		
64	3	3	2	3	3	2	2	2	1	2	20	Bajo	4	4	4	1	1	4	4	4	4	30	Medio	4	4	2	4	4	2	1	1	3	25	Medio	75	Medio		
65	3	4	5	5	4	5	4	5	5	4	41	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	131	Alto		
66	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	25	Medio	3	5	5	3	2	2	3	2	4	29	Medio	4	4	2	2	2	5	2	3	3	27	Medio	81	Medio		
67	3	2	1	5	1	1	1	1	1	2	15	Bajo	5	5	5	2	5	5	5	4	4	40	Alto	5	5	5	5	5	5	5	2	2	39	Alto	94	Medio		
68	3	1	2	2	4	1	3	2	2	4	21	Medio	4	5	4	4	2	4	4	4	5	36	Alto	4	2	2	4	4	2	2	2	1	23	Medio	80	Medio		
69	3	1	1	1	1	1	2	1	1	5	14	Bajo	4	5	5	1	2	1	3	5	3	29	Medio	5	5	5	5	5	4	4	5	1	39	Alto	82	Medio		
70	3	3	1	2	2	1	2	1	1	1	14	Bajo	5	5	4	2	5	5	4	4	5	39	Alto	5	4	5	5	4	2	2	2	4	33	Alto	86	Medio		
71	3	3	4	5	2	2	2	1	2	2	23	Medio	5	3	4	2	4	4	5	5	4	36	Alto	4	5	3	5	5	2	5	1	1	31	Medio	90	Medio		
72	3	2	3	3	1	1	3	1	2	2	18	Bajo	2	1	1	1	2	1	1	1	3	13	Bajo	1	1	2	2	2	2	3	3	4	20	Bajo	51	Bajo		
73	3	2	2	1	5	1	3	1	1	5	21	Medio	5	5	5	4	4	3	4	3	4	37	Alto	5	3	4	5	3	5	5	2	4	36	Alto	94	Medio		
74	3	2	1	2	2	1	4	2	2	4	20	Bajo	5	4	4	2	2	4	4	3	4	38	Medio	4	4	4	5	5	5	5	5	1	38	Alto	90	Medio		
75	3	3	4	5	4	3	4	2	2	3	30	Medio	5	5	5	1	2	5	5	5	5	32	Alto	5	5	1	5	5	1	1	1	5	29	Medio	97	Medio		
76	3	4	5	5	4	5	4	5	5	4	41	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	131	Alto		
77	3	3	1	5	4	1	1	1	1	4	21	Medio	5	5	5	1	1	1	5	5	5	33	Alto	5	5	5	5	5	2	1	1	2	31	Medio	85	Medio		

78	3	2	3	3	1	1	3	1	2	2	18	Bajo	2	1	1	1	2	1	1	1	3	13	Bajo	1	1	2	2	2	2	3	3	4	20	Bajo	51	Bajo
79	3	4	1	5	5	3	1	3	3	2	27	Medio	5	3	4	2	4	4	5	5	4	36	Alto	4	4	5	2	5	1	4	2	3	30	Medio	93	Medio
80	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	25	Medio	3	5	5	3	2	2	3	2	4	29	Medio	4	4	2	2	2	5	2	3	3	27	Medio	81	Medio
81	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	25	Medio	3	5	5	3	2	2	3	2	4	29	Medio	4	4	2	2	2	5	2	3	3	27	Medio	81	Medio
82	3	2	3	3	1	1	3	1	2	2	18	Bajo	2	1	1	1	2	1	1	1	3	13	Bajo	1	1	2	2	2	2	3	3	4	20	Bajo	51	Bajo
83	3	4	5	5	5	4	5	5	5	5	43	Alto	5	5	5	5	4	5	5	4	5	43	Alto	5	3	3	3	3	5	3	4	3	32	Medio	118	Alto
84	2	2	2	4	4	3	1	2	3	4	25	Medio	4	5	4	3	5	4	5	4	4	38	Alto	5	5	5	4	5	2	2	2	4	34	Alto	97	Medio
85	2	2	2	2	2	1	2	3	4	2	20	Bajo	2	2	1	2	1	1	2	2	2	15	Bajo	2	2	2	2	1	2	2	1	1	15	Bajo	50	Bajo
86	2	3	1	4	4	4	1	2	2	4	25	Medio	4	4	4	3	5	5	5	4	5	39	Alto	5	5	4	4	4	1	1	1	3	28	Medio	92	Medio
87	2	2	3	3	1	1	3	1	2	2	18	Bajo	2	1	1	1	2	1	1	1	3	13	Bajo	1	1	2	2	2	2	3	3	4	20	Bajo	51	Bajo
88	2	4	5	5	4	5	4	5	5	4	41	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	131	Alto
89	2	5	5	5	1	1	5	1	1	1	25	Medio	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	5	5	5	5	5	5	1	4	1	36	Alto	106	Alto
90	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	25	Medio	3	5	5	3	2	2	3	2	4	29	Medio	4	4	2	2	2	5	2	3	3	27	Medio	81	Medio
91	2	3	5	4	4	3	3	2	2	4	30	Medio	5	5	5	1	5	2	5	5	5	41	Alto	5	5	5	5	5	1	1	1	3	31	Medio	102	Alto
92	2	4	2	3	2	2	3	3	2	2	23	Medio	5	5	3	2	4	5	4	4	4	36	Alto	4	4	4	2	5	5	3	4	1	32	Medio	91	Medio
93	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	25	Medio	3	5	5	3	2	2	3	2	4	29	Medio	4	4	2	2	2	5	2	3	3	27	Medio	81	Medio
94	2	2	3	3	1	1	3	1	2	2	18	Bajo	2	1	1	1	2	1	1	1	3	13	Bajo	1	1	2	2	2	2	3	3	4	20	Bajo	51	Bajo
95	2	1	1	1	3	2	2	1	1	2	14	Bajo	4	4	4	2	3	5	5	5	5	37	Alto	5	4	5	4	4	4	1	3	2	32	Medio	83	Medio
96	2	3	1	1	2	1	1	1	1	2	13	Bajo	2	2	1	1	2	2	3	3	3	19	Bajo	1	1	1	2	2	2	2	2	2	15	Bajo	47	Bajo
97	2	4	5	5	4	5	4	5	5	4	41	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	131	Alto
98	2	2	2	2	2	1	2	3	4	2	20	Bajo	2	2	1	2	1	1	2	2	2	15	Bajo	2	2	2	2	1	2	2	1	1	15	Bajo	50	Bajo
99	2	4	5	5	4	5	4	5	5	4	41	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	131	Alto
100	2	2	3	3	1	1	3	1	2	2	18	Bajo	2	1	1	1	2	1	1	1	3	13	Bajo	1	1	2	2	2	2	3	3	4	20	Bajo	51	Bajo
101	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	25	Medio	3	5	5	3	2	2	3	2	4	29	Medio	4	4	2	2	2	5	2	3	3	27	Medio	81	Medio
102	2	4	4	4	3	3	3	3	3	4	31	Medio	5	5	5	4	1	5	4	4	4	37	Alto	5	4	4	5	5	1	2	4	5	35	Alto	103	Alto
103	2	3	2	2	3	1	4	1	2	2	20	Bajo	5	5	5	2	2	3	3	2	5	32	Medio	4	4	4	4	3	3	4	5	3	34	Alto	86	Medio
104	2	2	3	3	2	1	1	2	2	2	18	Bajo	5	5	5	1	5	5	5	2	3	36	Alto	5	2	5	5	5	5	1	1	5	34	Alto	88	Medio
105	2	2	1	4	3	5	5	4	4	5	33	Alto	5	4	3	5	4	4	3	3	3	34	Alto	4	5	5	4	5	4	3	4	2	36	Alto	103	Alto
106	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	17	Bajo	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	Medio	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	Medio	71	Medio
107	2	3	1	4	4	1	1	1	3	1	19	Bajo	5	5	5	3	5	5	5	5	5	43	Alto	5	4	3	5	5	3	3	3	1	32	Medio	94	Medio
108	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	25	Medio	3	5	5	3	2	2	3	2	4	29	Medio	4	4	2	2	2	5	2	3	3	27	Medio	81	Medio
109	1	2	1	1	3	3	1	1	2	2	16	Bajo	4	4	3	2	2	2	3	3	3	26	Medio	3	4	4	4	4	4	3	3	3	32	Medio	74	Medio
110	1	2	3	3	1	1	3	1	2	2	18	Bajo	2	1	1	1	2	1	1	1	3	13	Bajo	1	1	2	2	2	2	3	3	4	20	Bajo	51	Bajo
111	1	3	1	3	3	2	2	2	3	3	22	Medio	5	5	5	1	1	5	4	3	3	32	Medio	5	5	1	5	5	5	1	1	1	29	Medio	83	Medio
112	1	4	5	5	3	3	2	2	3	1	28	Medio	5	5	5	1	5	5	5	4	5	40	Alto	5	4	4	5	5	5	2	1	3	34	Alto	102	Alto
113	1	3	2	4	3	2	3	2	2	2	23	Medio	5	5	4	4	3	5	4	5	4	39	Alto	5	4	3	5	4	3	2	1	3	30	Medio	92	Medio
114	1	2	3	3	1	1	3	1	2	2	18	Bajo	2	1	1	1	2	1	1	1	3	13	Bajo	1	1	2	2	2	2	3	3	4	20	Bajo	51	Bajo
115	1	4	5	5	4	5	4	5	5	4	41	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	131	Alto
116	1	3	1	4	2	2	2	1	3	3	20	Bajo	4	4	4	3	5	5	4	4	5	39	Alto	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	Alto	95	Medio
117	1	2	3	3	1	1	3	2	2	2	19	Bajo	4	4	4	4	3	4	4	4	3	34	Alto	4	4	4	3	3	1	3	4	4	30	Medio	83	Medio
118	1	4	5	5	4	5	4	5	5	4	41	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	131	Alto

119	2	4	3	3	2	2	2	2	3	5	26	Medio	3	2	3	3	2	2	2	3	2	22	Medio	1	2	3	4	3	3	5	3	2	26	Medio	74	Medio
120	2	3	2	4	2	2	3	4	5	3	28	Medio	4	1	1	2	3	3	2	2	4	22	Medio	3	4	4	2	3	3	3	3	2	27	Medio	77	Medio
121	2	3	2	3	3	5	4	1	4	1	26	Medio	5	4	2	1	1	2	2	2	1	20	Bajo	2	5	3	3	2	5	5	2	2	29	Medio	75	Medio
122	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	25	Medio	3	5	5	3	2	2	3	2	4	29	Medio	4	4	2	2	2	5	2	3	3	27	Medio	81	Medio
123	2	5	4	4	4	4	4	4	4	5	38	Alto	4	4	3	4	4	5	4	4	4	36	Alto	4	4	4	2	4	5	4	4	4	35	Alto	109	Alto
124	2	3	3	3	3	4	4	3	4	4	31	Medio	5	4	2	4	2	3	3	4	3	30	Medio	4	3	2	3	2	3	4	3	1	25	Medio	86	Medio
125	2	2	1	5	5	4	5	4	4	4	34	Alto	5	1	1	3	4	2	5	4	4	29	Medio	5	4	5	4	3	5	5	4	1	36	Alto	99	Alto
126	2	3	2	3	2	4	4	3	5	5	31	Medio	5	4	1	3	4	2	5	3	3	30	Medio	4	3	2	3	2	4	4	4	4	30	Medio	91	Medio
127	2	5	3	3	3	3	3	2	3	4	29	Medio	4	4	4	3	3	3	2	2	2	27	Medio	3	3	3	2	2	5	3	3	2	26	Medio	82	Medio
128	2	2	3	3	1	1	3	1	2	2	18	Bajo	2	1	1	1	2	1	1	1	3	13	Bajo	1	1	2	2	2	2	3	3	4	20	Bajo	51	Bajo
129	2	4	2	3	3	4	3	4	4	4	31	Medio	4	4	1	3	5	5	5	5	2	34	Alto	4	3	4	4	4	4	4	4	1	32	Medio	97	Medio
130	2	4	5	5	4	5	4	5	5	4	41	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	131	Alto
131	2	3	3	3	3	4	4	3	4	4	31	Medio	4	4	4	3	3	4	4	3	3	32	Medio	3	3	3	3	3	3	4	4	4	30	Medio	93	Medio
132	2	3	1	2	3	1	2	2	2	1	17	Bajo	1	4	3	2	2	2	1	2	2	19	Bajo	2	1	4	4	5	5	4	5	3	33	Alto	69	Medio
133	2	4	5	5	4	5	4	5	5	4	41	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	131	Alto
134	2	1	1	2	4	1	1	1	1	4	16	Bajo	2	1	1	1	1	1	1	1	1	10	Bajo	1	1	1	2	3	1	2	2	1	14	Bajo	40	Bajo
135	2	3	3	3	3	4	2	2	2	3	25	Medio	3	4	4	4	3	4	3	3	3	31	Medio	3	2	2	2	2	4	4	3	1	23	Medio	79	Medio
136	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	25	Medio	3	5	5	3	2	2	3	2	4	29	Medio	4	4	2	2	2	5	2	3	3	27	Medio	81	Medio
137	2	4	4	5	5	4	4	5	5	5	41	Alto	4	4	5	5	4	4	5	4	5	40	Alto	5	5	5	4	4	5	4	4	4	40	Alto	121	Alto
138	2	4	3	4	4	4	3	3	4	4	33	Alto	4	4	4	4	4	3	4	4	3	34	Alto	4	4	4	4	3	4	4	3	4	34	Alto	101	Alto
139	2	4	5	5	4	5	4	5	5	4	41	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	131	Alto
140	2	5	5	3	4	5	4	5	4	5	40	Alto	3	5	4	5	3	4	5	4	5	38	Alto	3	5	5	5	5	5	5	5	5	43	Alto	121	Alto
141	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	25	Medio	3	5	5	3	2	2	3	2	4	29	Medio	4	4	2	2	2	5	2	3	3	27	Medio	81	Medio
142	2	5	3	5	5	4	4	5	4	5	40	Alto	5	5	2	5	5	5	5	5	2	39	Alto	4	5	5	4	4	5	5	4	5	41	Alto	120	Alto
143	2	2	3	5	5	4	4	5	5	5	38	Alto	4	4	1	3	5	4	3	2	4	30	Medio	4	5	5	4	5	5	5	5	5	43	Alto	111	Alto
144	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	25	Medio	3	5	5	3	2	2	3	2	4	29	Medio	4	4	2	2	2	5	2	3	3	27	Medio	81	Medio
145	2	4	5	5	4	5	4	5	5	4	41	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	131	Alto
146	2	4	3	3	3	4	4	3	3	3	30	Medio	3	4	3	2	3	4	3	3	2	27	Medio	3	2	3	3	2	5	5	4	2	29	Medio	86	Medio
147	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	22	Medio	3	2	3	3	2	3	2	3	3	24	Medio	2	3	3	3	3	3	3	3	3	26	Medio	72	Medio
148	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	25	Medio	3	5	5	3	2	2	3	2	4	29	Medio	4	4	2	2	2	5	2	3	3	27	Medio	81	Medio
149	3	2	2	2	2	1	2	3	4	2	20	Bajo	2	2	1	2	1	1	2	2	2	15	Bajo	2	2	2	2	1	2	2	1	1	15	Bajo	50	Bajo
150	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	24	Medio	3	3	3	3	2	2	2	3	3	24	Medio	3	2	2	3	3	3	3	3	3	25	Medio	73	Medio
151	3	4	2	3	3	2	2	3	5	5	29	Medio	5	4	1	2	3	3	2	1	1	22	Medio	2	4	3	4	2	4	3	2	4	28	Medio	79	Medio
152	3	5	1	4	5	5	4	2	5	4	35	Alto	5	1	1	4	5	3	4	3	4	30	Medio	4	5	4	3	4	5	4	3	5	37	Alto	102	Alto
153	3	4	5	5	4	5	4	5	5	4	41	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	131	Alto
154	3	4	4	5	5	4	4	5	5	5	41	Alto	4	4	4	4	5	5	4	4	4	38	Alto	4	3	4	4	3	4	4	4	4	34	Alto	113	Alto
155	3	5	5	5	5	5	3	5	3	1	37	Alto	5	3	5	3	5	3	4	3	1	32	Medio	5	1	5	5	3	3	5	5	1	33	Alto	102	Alto
156	3	4	3	5	3	3	2	3	4	4	31	Medio	4	3	3	2	3	3	1	3	3	25	Medio	2	2	2	1	1	2	4	3	1	18	Bajo	74	Medio
157	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	25	Medio	3	5	5	3	2	2	3	2	4	29	Medio	4	4	2	2	2	5	2	3	3	27	Medio	81	Medio
158	3	5	3	5	5	4	3	5	4	5	39	Alto	5	5	3	5	3	5	3	3	4	36	Alto	4	5	5	3	4	5	5	3	3	37	Alto	112	Alto
159	3	5	3	4	4	5	3	3	4	4	35	Alto	3	5	5	4	4	5	3	4	3	36	Alto	4	5	5	3	4	4	5	3	4	37	Alto	108	Alto

160	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	25	Medio	3	5	5	3	2	2	3	2	4	29	Medio	4	4	2	2	2	5	2	3	3	27	Medio	81	Medio
161	3	4	2	4	4	4	3	4	4	5	34	Alto	4	3	2	5	5	4	3	3	3	32	Medio	4	4	4	4	4	5	5	5	5	40	Alto	106	Alto
162	3	4	5	5	4	5	4	5	5	4	41	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	131	Alto
163	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	25	Medio	3	5	5	3	2	2	3	2	4	29	Medio	4	4	2	2	2	5	2	3	3	27	Medio	81	Medio
164	2	5	1	5	5	5	4	5	5	5	40	Alto	5	5	1	5	5	5	5	5	5	41	Alto	5	1	5	5	5	5	5	5	5	41	Alto	122	Alto
165	1	3	2	3	3	3	3	4	4	5	30	Medio	5	4	2	4	4	4	3	3	3	32	Medio	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	Alto	98	Medio
166	1	3	3	3	3	2	2	3	3	3	25	Medio	3	5	5	3	2	2	3	2	4	29	Medio	4	4	2	2	2	5	2	3	3	27	Medio	81	Medio
167	1	2	3	3	1	1	3	1	2	2	18	Bajo	2	1	1	1	2	1	1	1	3	13	Bajo	1	1	2	2	2	2	3	3	4	20	Bajo	51	Bajo
168	1	3	3	3	3	2	2	3	3	3	25	Medio	3	5	5	3	2	2	3	2	4	29	Medio	4	4	2	2	2	5	2	3	3	27	Medio	81	Medio
169	3	4	5	5	4	5	4	5	5	4	41	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	131	Alto
170	2	4	2	3	4	3	3	4	4	3	30	Medio	4	2	3	2	3	3	3	2	2	24	Medio	3	2	3	2	2	2	3	3	3	23	Medio	77	Medio
171	1	5	3	4	4	5	5	4	4	4	38	Alto	4	4	4	5	5	5	4	5	2	38	Alto	4	5	5	4	4	5	5	4	5	41	Alto	117	Alto

Nº	SATISFACIÓN DEL CONTRIBUYENTE																												V2							
	Orientación adecuada al contribuyente										Cumplimiento de obligaciones tributarias										Registro correcto de los datos									SUM						
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	S4	D4	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	S5	D5	P19	P20	P21	P22	P23	P24			P25	P26	P27	S6	D6	
1	1	4	3	4	4	4	4	4	28	Medio	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41	Alto	3	4	3	2	1	4	4	4	2	27	Medio	96	Medio
2	1	3	3	4	3	3	3	3	23	Medio	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	36	Alto	3	4	3	3	3	3	3	3	2	27	Medio	86	Medio
3	5	2	2	2	2	2	3	5	23	Medio	4	5	1	1	2	3	3	2	2	5	28	Medio	2	5	3	3	3	5	3	3	3	30	Medio	81	Medio	
4	2	2	2	2	1	2	3	4	18	Bajo	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	17	Bajo	2	2	2	2	1	2	2	1	1	15	Bajo	50	Bajo	
5	2	2	3	3	4	5	4	3	26	Medio	5	5	5	4	3	3	3	3	4	4	39	Alto	2	5	3	3	4	4	5	1	1	28	Medio	93	Medio	
6	5	5	3	5	3	3	3	5	32	Alto	5	3	5	5	1	3	1	5	5	3	36	Alto	5	1	5	1	1	5	5	1	1	25	Medio	93	Medio	
7	3	2	2	2	3	2	2	2	18	Bajo	5	2	2	2	3	1	1	2	1	2	21	Bajo	4	1	2	1	2	1	1	2	1	15	Bajo	54	Bajo	
8	5	5	5	5	3	5	5	5	38	Alto	1	5	5	3	3	5	3	1	1	5	32	Medio	5	5	3	1	3	3	5	3	1	29	Medio	99	Alto	
9	5	5	3	2	5	1	3	4	28	Medio	4	4	1	1	5	5	5	5	5	5	40	Alto	5	5	5	5	5	3	5	5	3	41	Alto	109	Alto	
10	5	4	4	4	4	2	2	2	27	Medio	2	4	5	4	3	4	2	2	2	2	30	Medio	5	2	2	2	2	2	2	2	4	23	Medio	80	Medio	
11	5	5	5	5	5	5	5	5	40	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	135	Alto	
12	5	5	3	2	5	1	5	5	31	Alto	5	1	1	5	5	5	5	5	5	5	42	Alto	5	5	5	5	5	5	3	5	3	41	Alto	114	Alto	
13	5	4	4	4	4	2	2	2	27	Medio	2	4	5	4	3	4	2	2	2	2	30	Medio	5	2	2	2	2	2	2	2	4	23	Medio	80	Medio	
14	4	5	4	4	4	5	3	5	34	Alto	4	2	2	5	3	4	4	3	2	2	31	Medio	4	5	5	4	2	3	5	3	2	33	Alto	98	Medio	
15	5	4	4	4	4	2	2	2	27	Medio	2	4	5	4	3	4	2	2	2	2	30	Medio	5	2	2	2	2	2	2	2	4	23	Medio	80	Medio	
16	3	2	2	2	3	2	2	2	18	Bajo	5	2	2	2	3	1	1	2	1	2	21	Bajo	4	1	2	1	2	1	1	2	1	15	Bajo	54	Bajo	
17	3	2	2	2	3	2	2	2	18	Bajo	5	2	2	2	3	1	1	2	1	2	21	Bajo	4	1	2	1	2	1	1	2	1	15	Bajo	54	Bajo	
18	5	4	4	4	4	2	2	2	27	Medio	2	4	5	4	3	4	2	2	2	2	30	Medio	5	2	2	2	2	2	2	2	4	23	Medio	80	Medio	
19	5	4	3	5	3	5	5	5	35	Alto	5	4	3	5	3	5	3	5	2	4	39	Alto	5	3	3	4	4	5	5	3	5	37	Alto	111	Alto	
20	3	2	2	2	3	2	2	2	18	Bajo	5	2	2	2	3	1	1	2	1	2	21	Bajo	4	1	2	1	2	1	1	2	1	15	Bajo	54	Bajo	
21	3	2	2	2	3	2	2	2	18	Bajo	5	2	2	2	3	1	1	2	1	2	21	Bajo	4	1	2	1	2	1	1	2	1	15	Bajo	54	Bajo	

22	4	4	2	2	3	3	2	5	25	Medio	5	5	2	2	3	2	2	4	3	2	30	Medio	5	5	5	5	2	2	3	5	5	37	Alto	92	Medio	
23	5	4	4	4	4	2	2	2	27	Medio	2	4	5	4	3	4	2	2	2	2	2	30	Medio	5	2	2	2	2	2	2	2	4	23	Medio	80	Medio
24	5	5	5	3	5	5	3	5	36	Alto	5	5	3	5	4	2	2	3	4	5	28	Alto	3	3	3	3	3	3	3	4	5	30	Medio	104	Alto	
25	3	2	2	2	3	2	2	2	18	Bajo	5	2	2	2	3	1	1	2	1	2	21	Bajo	4	1	2	1	2	1	1	2	1	15	Bajo	54	Bajo	
26	5	5	5	5	5	5	5	5	40	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	135	Alto	
27	2	2	4	3	3	3	2	3	22	Medio	2	2	2	3	1	4	4	2	2	4	26	Medio	3	3	3	2	2	4	3	3	2	25	Medio	73	Medio	
28	2	2	2	2	1	2	3	4	18	Bajo	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	17	Bajo	2	2	2	2	1	2	2	1	1	15	Bajo	50	Bajo	
29	3	3	2	3	3	3	3	5	25	Medio	3	5	4	3	3	5	4	4	2	4	37	Alto	4	3	2	3	4	4	5	5	5	35	Alto	97	Medio	
30	5	4	4	4	4	2	2	2	27	Medio	2	4	5	4	3	4	2	2	2	2	30	Medio	5	2	2	2	2	2	2	2	4	23	Medio	80	Medio	
31	1	2	3	4	5	5	4	3	27	Medio	2	1	2	3	4	5	5	5	4	3	34	Medio	2	5	5	4	4	4	3	3	3	33	Alto	94	Medio	
32	3	1	1	2	2	2	3	3	17	Bajo	1	4	2	2	2	2	4	3	3	3	26	Medio	3	3	3	3	2	2	5	5	5	31	Medio	74	Medio	
33	3	2	5	5	3	3	5	5	31	Alto	1	5	3	2	5	5	5	5	5	4	40	Alto	5	5	5	5	4	5	4	5	5	43	Alto	114	Alto	
34	4	3	3	4	4	4	4	4	30	Alto	5	5	4	4	2	3	3	3	1	3	33	Medio	3	3	4	3	4	4	4	4	5	34	Alto	97	Medio	
35	2	1	3	3	4	3	4	4	24	Medio	5	1	2	2	4	3	2	3	3	4	29	Medio	2	2	3	2	2	2	1	1	2	17	Bajo	70	Medio	
36	5	3	3	3	3	3	4	3	27	Medio	4	4	4	3	5	3	3	3	2	4	35	Medio	3	2	2	3	3	4	3	3	2	25	Medio	87	Medio	
37	3	4	1	3	1	1	3	3	19	Medio	2	1	2	4	4	4	3	1	2	2	25	Medio	3	3	3	2	2	4	4	4	2	27	Medio	71	Medio	
38	5	5	5	5	5	5	5	5	40	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	135	Alto	
39	4	2	5	5	4	3	1	5	29	Medio	5	4	5	5	5	3	2	5	5	3	42	Alto	4	4	4	3	4	4	4	1	1	32	Medio	103	Alto	
40	2	1	5	4	3	2	2	5	24	Medio	5	5	5	1	2	3	3	1	2	5	32	Medio	2	1	2	5	1	5	1	1	5	23	Medio	79	Medio	
41	3	2	2	2	3	2	2	2	18	Bajo	5	2	2	2	3	1	1	2	1	2	21	Bajo	4	1	2	1	2	1	1	2	1	15	Bajo	54	Bajo	
42	5	4	4	4	4	2	2	2	27	Medio	2	4	5	4	3	4	2	2	2	2	30	Medio	5	2	2	2	2	2	2	2	4	23	Medio	80	Medio	
43	3	3	5	5	4	4	4	5	33	Alto	5	5	5	3	4	4	4	3	3	4	40	Alto	4	5	4	4	3	5	5	5	5	40	Alto	113	Alto	
44	3	4	4	4	3	3	3	3	27	Medio	4	4	5	3	3	4	3	3	3	4	36	Alto	3	2	2	3	3	4	4	4	5	30	Medio	93	Medio	
45	5	5	5	5	5	5	5	5	40	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	135	Alto	
46	3	3	4	4	3	3	4	4	28	Medio	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	35	Medio	3	2	2	3	3	3	4	4	4	28	Medio	91	Medio	
47	3	4	4	4	3	3	4	3	28	Medio	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	35	Medio	3	3	3	3	4	3	3	4	3	29	Medio	92	Medio	
48	3	2	2	2	3	2	2	2	18	Bajo	5	2	2	2	3	1	1	2	1	2	21	Bajo	4	1	2	1	2	1	1	2	1	15	Bajo	54	Bajo	
49	5	5	5	5	5	5	5	5	40	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	135	Alto	
50	4	1	1	2	5	5	5	5	28	Medio	5	5	5	1	5	5	5	5	5	3	39	Alto	3	1	1	5	5	5	5	5	5	35	Alto	102	Alto	
51	5	5	5	5	5	5	5	5	40	Alto	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	25	Medio	2	4	4	4	4	4	4	4	4	34	Alto	99	Alto	
52	3	2	2	2	3	2	2	2	18	Bajo	5	2	2	2	3	1	1	2	1	2	21	Bajo	4	1	2	1	2	1	1	2	1	15	Bajo	54	Bajo	
53	5	5	5	5	5	5	5	5	40	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	135	Alto	
54	3	2	2	2	3	2	2	2	18	Bajo	5	2	2	2	3	1	1	2	1	2	21	Bajo	4	1	2	1	2	1	1	2	1	15	Bajo	54	Bajo	
55	5	4	4	4	4	2	2	2	27	Medio	2	4	5	4	3	4	2	2	2	2	30	Medio	5	2	2	2	2	2	2	2	4	23	Medio	80	Medio	
56	4	1	4	4	4	4	4	4	29	Medio	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	41	Alto	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35	Alto	105	Alto	
57	5	4	4	4	4	2	2	2	27	Medio	2	4	5	4	3	4	2	2	2	2	30	Medio	5	2	2	2	2	2	2	2	4	23	Medio	80	Medio	
58	3	3	2	2	3	3	2	2	20	Medio	3	2	4	4	4	4	3	3	2	3	32	Medio	4	4	3	3	3	4	3	3	3	30	Medio	82	Medio	
59	4	4	3	3	4	4	3	3	28	Medio	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	38	Alto	4	3	4	4	2	2	4	4	4	31	Medio	97	Medio	
60	4	5	4	4	4	4	4	4	33	Alto	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	48	Alto	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35	Alto	116	Alto	
61	1	1	3	3	5	4	3	4	24	Medio	5	4	4	1	1	1	1	4	5	5	31	Medio	4	3	3	3	1	5	5	5	5	34	Alto	89	Medio	
62	2	2	2	2	1	2	3	4	18	Bajo	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	17	Bajo	2	2	2	2	1	2	2	1	1	15	Bajo	50	Bajo	

63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	135	Alto	
64	3	1	3	3	4	4	4	4	4	26	Medio	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	37	Alto	4	5	4	3	3	2	3	3	3	30	Medio	93	Medio	
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	135	Alto
66	5	4	4	4	4	2	2	2	2	27	Medio	2	4	5	4	3	4	2	2	2	2	2	30	Medio	5	2	2	2	2	2	2	2	4	23	Medio	80	Medio	
67	3	2	1	1	1	2	2	5	17	Bajo	5	1	5	5	5	1	1	2	2	2	5	32	Medio	3	1	1	1	1	2	2	2	2	2	15	Bajo	64	Medio	
68	4	3	4	4	4	5	4	4	32	Alto	4	4	4	4	2	3	3	2	2	2	30	Medio	4	4	4	3	5	2	4	4	2	32	Medio	94	Medio			
69	1	2	3	3	2	2	2	1	16	Bajo	5	5	5	5	1	1	1	2	1	5	31	Medio	2	1	1	1	4	5	1	4	1	20	Bajo	67	Medio			
70	1	2	3	4	2	3	4	3	22	Medio	3	1	2	3	3	4	2	4	3	2	27	Medio	2	3	3	2	2	2	1	1	1	17	Bajo	66	Medio			
71	4	3	4	3	2	2	2	2	22	Medio	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	15	Bajo	2	3	2	1	1	5	3	3	1	21	Medio	58	Bajo		
72	3	2	2	2	3	2	2	2	18	Bajo	5	2	2	2	3	1	1	2	1	2	21	Bajo	4	1	2	1	2	1	1	2	1	15	Bajo	54	Bajo			
73	4	5	2	4	3	3	4	5	30	Alto	3	4	5	2	4	5	2	3	4	5	37	Alto	5	4	4	5	5	4	3	5	5	40	Alto	107	Alto			
74	2	2	3	3	2	3	3	1	19	Medio	5	4	4	4	2	2	1	3	2	5	32	Medio	4	2	2	1	5	5	3	2	1	25	Medio	76	Medio			
75	4	4	4	5	3	4	3	2	29	Medio	5	5	5	1	4	5	5	4	1	2	37	Alto	5	5	5	4	4	5	5	5	5	43	Alto	109	Alto			
76	5	5	5	5	5	5	5	5	40	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	135	Alto			
77	5	1	4	5	5	5	5	5	35	Alto	5	5	5	1	5	5	5	5	5	2	43	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	123	Alto			
78	3	2	2	2	3	2	2	2	18	Bajo	5	2	2	2	3	1	1	2	1	2	21	Bajo	4	1	2	1	2	1	1	2	1	15	Bajo	54	Bajo			
79	4	3	5	5	5	5	4	5	36	Alto	4	5	3	3	3	4	4	2	4	5	37	Alto	1	4	5	5	3	5	4	4	1	32	Medio	105	Alto			
80	5	4	4	4	4	2	2	2	27	Medio	2	4	5	4	3	4	2	2	2	2	30	Medio	5	2	2	2	2	2	2	2	4	23	Medio	80	Medio			
81	5	4	4	4	4	2	2	2	27	Medio	2	4	5	4	3	4	2	2	2	2	30	Medio	5	2	2	2	2	2	2	2	4	23	Medio	80	Medio			
82	3	2	2	2	3	2	2	2	18	Bajo	5	2	2	2	3	1	1	2	1	2	21	Bajo	4	1	2	1	2	1	1	2	1	15	Bajo	54	Bajo			
83	4	5	4	5	4	5	5	5	37	Alto	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49	Alto	5	3	3	3	3	5	3	4	3	32	Medio	118	Alto			
84	2	2	1	1	3	3	2	2	16	Bajo	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	35	Medio	3	3	3	4	4	3	5	4	4	33	Alto	84	Medio			
85	2	2	2	2	1	2	3	4	18	Bajo	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	17	Bajo	2	2	2	2	1	2	2	1	1	15	Bajo	50	Bajo			
86	1	1	2	2	3	3	3	3	18	Bajo	4	4	2	2	4	4	4	4	3	3	34	Medio	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35	Alto	87	Medio			
87	3	2	2	2	3	2	2	2	18	Bajo	5	2	2	2	3	1	1	2	1	2	21	Bajo	4	1	2	1	2	1	1	2	1	15	Bajo	54	Bajo			
88	5	5	5	5	5	5	5	5	40	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	135	Alto			
89	1	1	4	5	1	1	5	4	22	Medio	5	5	1	1	5	5	5	5	5	5	42	Alto	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37	Alto	101	Alto			
90	5	4	4	4	4	2	2	2	27	Medio	2	4	5	4	3	4	2	2	2	2	30	Medio	5	2	2	2	2	2	2	2	4	23	Medio	80	Medio			
91	2	2	4	4	5	5	3	5	30	Alto	2	2	5	3	2	4	5	5	2	2	32	Medio	4	1	2	2	2	5	5	3	3	27	Medio	89	Medio			
92	4	3	4	3	2	2	1	2	21	Medio	3	2	3	4	5	1	2	2	1	1	24	Medio	2	3	1	2	3	4	4	2	2	23	Medio	68	Medio			
93	5	4	4	4	4	2	2	2	27	Medio	2	4	5	4	3	4	2	2	2	2	30	Medio	5	2	2	2	2	2	2	2	4	23	Medio	80	Medio			
94	3	2	2	2	3	2	2	2	18	Bajo	5	2	2	2	3	1	1	2	1	2	21	Bajo	4	1	2	1	2	1	1	2	1	15	Bajo	54	Bajo			
95	3	2	3	3	2	3	3	5	24	Medio	3	4	3	1	2	3	2	3	2	4	27	Medio	3	4	3	3	3	4	4	4	3	31	Medio	82	Medio			
96	1	2	1	1	1	1	1	1	9	Bajo	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	Bajo	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	Bajo	28	Bajo			
97	5	5	5	5	5	5	5	5	40	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	135	Alto			
98	2	2	2	2	1	2	3	4	18	Bajo	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	17	Bajo	2	2	2	2	1	2	2	1	1	15	Bajo	50	Bajo			
99	5	5	5	5	5	5	5	5	40	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	135	Alto			
100	3	2	2	2	3	2	2	2	18	Bajo	5	2	2	2	3	1	1	2	1	2	21	Bajo	4	1	2	1	2	1	1	2	1	15	Bajo	54	Bajo			
101	5	4	4	4	4	2	2	2	27	Medio	2	4	5	4	3	4	2	2	2	2	30	Medio	5	2	2	2	2	2	2	2	4	23	Medio	80	Medio			
102	2	1	4	4	4	4	4	4	27	Medio	5	5	2	1	4	4	4	4	5	2	36	Alto	5	4	5	4	4	4	5	4	3	38	Alto	101	Alto			
103	2	3	2	2	2	2	1	1	15	Bajo	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	26	Medio	3	4	4	3	3	3	4	4	4	32	Medio	73	Medio			

104	4	1	3	4	1	1	2	3	19	Medio	1	3	5	5	5	5	3	1	1	1	30	Medio	1	1	1	3	1	1	3	1	1	13	Bajo	62	Bajo	
105	2	1	3	4	2	4	4	2	22	Medio	3	4	4	4	5	4	4	4	3	5	40	Alto	5	4	3	4	4	3	1	2	5	31	Medio	93	Medio	
106	4	4	4	4	3	3	2	4	28	Medio	4	3	2	3	2	2	2	2	2	2	24	Medio	2	3	3	3	3	3	3	3	2	25	Medio	77	Medio	
107	4	2	5	5	4	3	3	3	29	Medio	5	5	3	5	3	3	3	3	3	3	36	Alto	4	3	3	4	4	5	5	5	5	38	Alto	103	Alto	
108	5	4	4	4	4	2	2	2	27	Medio	2	4	5	4	3	4	2	2	2	2	30	Medio	5	2	2	2	2	2	2	2	4	23	Medio	80	Medio	
109	2	1	1	3	2	1	2	2	14	Bajo	4	4	3	2	2	2	3	3	3	3	29	Medio	3	4	4	4	4	4	3	3	3	32	Medio	75	Medio	
110	3	2	2	2	3	2	2	2	18	Bajo	5	2	2	2	3	1	1	2	1	2	21	Bajo	4	1	2	1	2	1	1	2	1	15	Bajo	54	Bajo	
111	5	2	2	2	2	2	3	5	23	Medio	2	5	5	1	4	3	3	2	2	5	32	Medio	2	5	2	2	2	5	3	3	3	27	Medio	82	Medio	
112	5	5	2	5	3	3	4	5	32	Alto	5	4	5	5	3	5	5	3	1	1	37	Alto	5	5	5	3	1	3	5	3	1	31	Medio	100	Alto	
113	3	3	2	3	4	3	2	4	24	Medio	3	5	4	3	3	3	3	2	3	3	32	Medio	4	3	3	4	3	4	4	3	4	32	Medio	88	Medio	
114	3	2	2	2	3	2	2	2	18	Bajo	5	2	2	2	3	1	1	2	1	2	21	Bajo	4	1	2	1	2	1	1	2	1	15	Bajo	54	Bajo	
115	5	5	5	5	5	5	5	5	40	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	135	Alto	
116	3	2	1	3	4	3	3	4	23	Medio	4	1	4	4	3	4	1	2	3	3	29	Medio	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	Alto	88	Medio	
117	3	4	3	4	3	4	4	4	29	Medio	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	34	Medio	2	4	4	4	1	1	4	4	4	26	Medio	89	Medio	
118	5	5	5	5	5	5	5	5	40	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	135	Alto	
119	4	3	3	2	2	2	2	3	21	Medio	5	3	2	3	3	2	2	2	3	2	27	Medio	1	2	3	4	3	3	5	3	2	26	Medio	74	Medio	
120	3	2	4	2	2	3	4	5	25	Medio	3	4	1	1	2	3	3	2	2	4	25	Medio	3	4	4	2	3	3	3	3	2	27	Medio	77	Medio	
121	3	2	3	3	5	4	1	4	25	Medio	1	5	4	2	1	1	2	2	2	1	21	Bajo	2	5	3	3	2	5	5	2	2	29	Medio	75	Medio	
122	5	4	4	4	4	2	2	2	27	Medio	2	4	5	4	3	4	2	2	2	2	31	Medio	5	2	2	2	2	2	2	2	4	23	Medio	80	Medio	
123	5	4	4	4	4	4	4	4	33	Alto	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	41	Alto	4	4	4	4	2	4	5	4	4	35	Alto	109	Alto	
124	3	3	3	3	4	4	3	4	27	Medio	4	5	4	2	4	2	3	3	4	3	34	Medio	4	3	2	3	2	3	4	3	1	25	Medio	86	Medio	
125	2	1	5	5	4	5	4	4	30	Alto	4	5	1	1	3	4	2	5	4	4	33	Medio	5	4	5	4	3	5	5	4	1	36	Alto	99	Alto	
126	3	2	3	2	4	4	3	5	26	Medio	5	5	4	1	3	4	2	5	3	3	35	Medio	4	3	2	3	2	4	4	4	4	30	Medio	91	Medio	
127	5	3	3	3	3	3	2	3	25	Medio	4	4	4	4	3	3	3	2	2	2	31	Medio	3	3	3	3	2	2	5	3	3	26	Medio	82	Medio	
128	3	2	2	2	3	2	2	2	18	Bajo	5	2	2	2	3	1	1	2	1	2	21	Bajo	4	1	2	1	2	1	1	2	1	15	Bajo	54	Bajo	
129	4	2	3	3	4	3	4	4	27	Medio	4	4	4	1	3	5	5	5	5	5	38	Alto	4	3	4	4	4	4	4	4	1	32	Medio	97	Medio	
130	5	5	5	5	5	5	5	5	40	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	135	Alto	
131	3	3	3	3	4	4	3	4	27	Medio	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	36	Alto	3	3	3	3	3	3	4	4	4	30	Medio	93	Medio	
132	3	1	2	3	1	2	2	2	16	Bajo	1	1	4	3	2	2	2	1	2	2	20	Bajo	2	1	4	4	4	5	5	4	5	3	33	Alto	69	Medio
133	5	5	5	5	5	5	5	5	40	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	135	Alto	
134	1	1	2	4	1	1	1	1	12	Bajo	4	2	1	1	1	1	1	1	1	1	14	Bajo	1	1	1	2	3	1	2	2	1	14	Bajo	40	Bajo	
135	3	3	3	3	4	2	2	2	22	Medio	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	34	Medio	3	2	2	2	2	2	4	4	3	1	23	Medio	79	Medio
136	5	4	4	4	4	2	2	2	27	Medio	2	4	5	4	3	4	2	2	2	2	30	Medio	5	2	2	2	2	2	2	2	4	23	Medio	80	Medio	
137	4	4	5	5	4	4	5	5	36	Alto	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	45	Alto	5	5	5	4	4	5	4	4	4	40	Alto	121	Alto	
138	4	3	4	4	4	3	3	4	29	Medio	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	38	Alto	4	4	4	4	3	4	4	3	4	34	Alto	101	Alto	
139	5	5	5	5	5	5	5	5	40	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	135	Alto	
140	5	5	3	4	5	4	5	4	35	Alto	5	3	5	4	5	3	4	5	4	5	43	Alto	3	5	5	5	5	5	5	5	5	43	Alto	121	Alto	
141	5	4	4	4	4	2	2	2	27	Medio	2	4	5	4	3	4	2	2	2	2	30	Medio	5	2	2	2	2	2	2	2	4	23	Medio	80	Medio	
142	5	3	5	5	4	4	5	4	35	Alto	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	44	Alto	4	5	5	4	4	5	5	4	5	41	Alto	80	Alto	
143	2	3	5	5	4	4	5	5	33	Alto	5	4	4	1	3	5	4	3	2	4	35	Medio	4	5	5	4	5	5	5	5	5	43	Alto	111	Alto	
144	5	4	4	4	4	2	2	2	27	Medio	2	4	5	4	3	4	2	2	2	2	30	Medio	5	2	2	2	2	2	2	2	4	23	Medio	80	Medio	

145	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	135	Alto	
146	4	3	3	3	4	4	3	3	27	Medio	3	3	4	3	2	3	4	3	3	2	30	Medio	3	2	3	3	2	5	5	4	2	29	Medio	86	Medio	
147	3	3	2	3	2	2	2	2	19	Medio	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	27	Medio	2	3	3	3	3	3	3	3	3	26	Medio	72	Medio	
148	5	4	4	4	4	2	2	2	27	Medio	2	4	5	4	3	4	2	2	2	2	30	Medio	5	2	2	2	2	2	2	2	2	4	23	Medio	80	Medio
149	2	2	2	2	1	2	3	4	18	Bajo	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	17	Bajo	2	2	2	2	2	1	2	2	1	1	15	Bajo	50	Bajo
150	3	3	2	3	3	2	3	2	21	Medio	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	27	Medio	3	2	2	3	3	3	3	3	3	25	Medio	73	Medio	
151	4	2	3	3	2	2	3	5	24	Medio	5	5	4	1	2	3	3	2	1	1	27	Medio	2	4	3	4	2	4	3	2	4	28	Medio	79	Medio	
152	5	1	4	5	5	4	2	5	31	Alto	4	5	1	1	4	5	3	4	3	4	34	Medio	4	5	4	3	4	5	4	3	5	37	Alto	102	Alto	
153	5	5	5	5	5	5	5	5	40	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	135	Alto	
154	4	4	5	5	4	4	5	5	36	Alto	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	43	Alto	4	3	4	4	3	4	4	4	4	34	Alto	113	Alto	
155	5	5	5	5	5	3	5	3	36	Alto	1	5	3	5	3	5	3	4	3	1	33	Medio	5	1	5	5	3	3	5	5	1	33	Alto	102	Alto	
156	4	3	5	3	3	2	3	4	27	Medio	4	4	3	3	2	3	3	1	3	3	29	Medio	2	2	2	1	1	2	4	3	1	18	Bajo	74	Medio	
157	5	4	4	4	4	2	2	2	27	Medio	2	4	5	4	3	4	2	2	2	2	30	Medio	5	2	2	2	2	2	2	2	4	23	Medio	80	Medio	
158	5	3	5	5	4	3	5	4	34	Alto	5	5	5	3	5	3	5	3	3	4	41	Alto	4	5	5	3	4	5	2	2	3	37	Alto	112	Alto	
159	5	3	4	4	5	3	3	4	31	Alto	4	3	5	5	4	4	5	3	4	3	40	Alto	4	5	5	3	4	4	5	3	4	37	Alto	108	Alto	
160	5	4	4	4	4	2	2	2	27	Medio	2	4	5	4	3	4	2	2	2	2	30	Medio	5	2	2	2	2	2	2	2	4	23	Medio	80	Medio	
161	4	2	4	4	4	3	4	4	29	Medio	5	4	3	2	5	5	4	3	3	3	37	Alto	4	4	4	4	4	5	5	5	5	40	Alto	106	Alto	
162	5	5	5	5	5	5	5	5	40	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	135	Alto	
163	5	4	4	4	4	2	2	2	27	Medio	2	4	5	4	3	4	2	2	2	2	30	Medio	5	2	2	2	2	2	2	2	4	23	Medio	80	Medio	
164	5	1	5	5	5	4	5	5	35	Alto	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	46	Alto	5	1	5	5	5	5	5	5	5	41	Alto	122	Alto	
165	3	2	3	3	3	3	4	4	25	Medio	5	5	4	2	4	4	4	3	3	3	37	Alto	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	Alto	98	Medio	
166	5	4	4	4	4	2	2	2	27	Medio	2	4	5	4	3	4	2	2	2	2	30	Medio	5	2	2	2	2	2	2	2	4	23	Medio	80	Medio	
167	3	2	2	2	3	2	2	2	18	Bajo	5	2	2	2	3	1	1	2	1	2	21	Bajo	4	1	2	1	2	1	1	2	1	15	Bajo	54	Bajo	
168	5	4	4	4	4	2	2	2	27	Medio	2	4	5	4	3	4	2	2	2	2	30	Medio	5	2	2	2	2	2	2	4	23	Medio	80	Medio		
169	5	5	5	5	5	5	5	5	40	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	Alto	135	Alto	
170	4	2	3	4	3	3	4	4	27	Medio	3	4	2	3	2	3	3	3	2	2	27	Medio	3	2	3	2	2	2	3	3	3	23	Medio	77	Medio	
171	5	3	4	4	5	5	4	4	34	Alto	4	4	4	4	5	5	5	4	5	2	42	Alto	4	5	5	4	4	5	5	4	5	41	Alto	117	Alto	

ANEXO IV: Prueba de confiabilidad: Alfa de Cronbach

Tabla 2. Alfa de Cronbach V1

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	30	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	30	100,0

La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento

Tabla 3. Estadística de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,903	27

Fuente: Elaboración propia. Julio 2017.

Tabla 4. Alfa de Cronbach V 2

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	29	96,7
	Excluido ^a	1	3,3
	Total	30	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla 5. Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,844	27

Fuente: Elaboración propia: Julio 2017.