

Medición de la calidad de servicio percibida por los contribuyentes en una entidad tributaria peruana.

Measurement of the quality of service perceived by taxpayers in a peruvian tax entity.

Raquel M. Sotomayor-Parian¹, Rosa L. Castañeda-Sulca², Carlos A. Mitma-Ramirez³

^{1,2}Universidad Autónoma de Ica, Ica - Perú

³Universidad Tecnológica del Perú, Lima - Peru

ORCID: [10000-0003-2123-0123](https://orcid.org/0000-0003-2123-0123), [20009-0007-0534-5234](https://orcid.org/0009-0007-0534-5234), [30000-0002-9452-5312](https://orcid.org/0000-0002-9452-5312)

Recibido: 11 de abril de 2024.

Aceptado: 31 de julio de 2024.

Publicado: 01 de septiembre de 2024.

Resumen- La calidad de los servicios en entidades estatales es un requerimiento prioritario y una obligación absoluta del gobierno, por ello, las instituciones deben de brindar servicios de calidad. Este estudio tuvo como objetivo analizar la percepción de los contribuyentes a la calidad de servicio en una entidad tributaria pública en la región de Chincha, Ica. Bajo ese enfoque, conocer la percepción del desempeño de los servicios públicos y obtener datos válidos es relevante para una calidad de servicio adecuada. La metodología fue de tipo investigación aplicada con enfoque cuali-cuantitativo, nivel descriptivo y de corte transversal; para el levantamiento de información se aplicó como técnica la encuesta y el cuestionario como instrumento, a fin de hacer medición sobre la percepción de calidad del servicio distribuido en cinco dimensiones aplicando el modelo SERVQUAL. Como resultados obtenidos se identificó que la dimensión con mayor puntaje fue elementos tangibles, con una aceptación de totalmente de acuerdo superior al 53%. asimismo, los procesos de los servicios de la SUNAT guardan relación con los parámetros de calidad del modelo Servqual demostrando así la necesidad de brindar servicios de calidad al contribuyente en la SUNAT. Se concluye que, las cinco dimensiones se ubicaron en el nivel “mejor al esperado” dado que las escalas 4 y 5 corresponden a este nivel, siendo predominante la escala 5 en más del 95% de las repuestas.

Palabras clave: calidad de servicio, contribuyentes, entidad tributaria, SUNAT, modelo SERVQUAL.

Abstract— The quality of services in state entities is a priority requirement and an absolute obligation of the government, therefore, the institutions must provide quality services. The objective of this study was to analyze taxpayers' perception of the quality of service in a public tax entity in the region of Chincha, Ica. Under this approach, knowing the perception of the performance of public services and obtaining valid data is relevant for an adequate quality of service. The methodology was applied research with a qualitative-quantitative approach, descriptive and cross-sectional level; for the collection of information, the survey was applied as a technique and the questionnaire as an instrument, in order to measure the perception of the quality of service distributed in five dimensions applying the SERVQUAL model. As results obtained it was identified that the dimension with the highest score was tangible elements, with an acceptance of totally agreeing higher than 53%, likewise, the processes of SUNAT services are related to the quality parameters of the Servqual model thus demonstrating the need to provide quality services to the taxpayer in SUNAT. It is concluded that the five dimensions were located at the “better than expected” level, given that scales 4 and 5 correspond to this level, with scale 5 being predominant in more than 95% of the responses.

Keywords: quality of service, taxpayers, tax entity, SUNAT, SERVQUAL model.

*Autor para correspondencia.

Correo electrónico: raquel.sotomayor@autonmadeica.edu.pe (Raquel M. Sotomayor Parian).

La revisión por pares es responsabilidad de la Universidad de Santander.

Este es un artículo bajo la licencia CC BY (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Como citar este artículo: R. M. Sotomayor-Parian, R. L. Castañeda-Sulca y C. A. Mitma-Ramirez, “Medición de la calidad de servicio percibida por los contribuyentes en una entidad tributaria peruana”, *Aibi revista de investigación, administración e ingeniería*, vol. 12, no. 3, pp. 9-15 2024, doi: [10.15649/2346030X.3743](https://doi.org/10.15649/2346030X.3743)

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente, la calidad de atención de los servicios prestados en entidades públicas y privadas se ha convertido en un indicador indispensable para identificar incrementos de mejora, según la percepción del usuario [1]. Es así que la calidad se volvió un aspecto indispensable para los que brindan servicios puesto que los usuarios cada vez son más exigentes [2]. Adicionalmente, el desarrollo satisfactorio de las entidades gubernamentales está asociado a las mediciones adecuadas de la calidad de los servicios brindados a los usuarios [3].

Si bien, los servicios no son visibles, pueden sentirse y percibirse, por lo que evaluar la calidad de servicio es indispensable para identificar mejoras. Así, [4], confirmaron que la calidad de servicio está asociada a un efecto clave con la satisfacción del ciudadano, sobre todo en la confiabilidad, además de la empatía que se convierte en un factor indispensable en la satisfacción.

En el Perú, y sobre todo en las entidades públicas, cuentan con directrices sobre calidad, pero siempre ha sido una debilidad la medición de los servicios que se ofrecen es decir la implementación de las mejoras identificadas bajo la percepción del usuario, por lo que en las instituciones de ámbito tributario no es la excepción ya que son estas donde los contribuyentes esperan encontrar respuestas y alcanzar soluciones inmediatas que los ayude en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias [5].

El modelo Servqual a nivel de gestión estatal y en otros sectores productivos y sociales es clave, ya que impone un cambio de actitud fundamental para los servicios que se brindan, por lo que la reputación que posee de las entidades estatales puede variar a medida que se sea coherente con las necesidades que requiere satisfacer el usuario [6].

Así, la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria - SUNAT, encargada en Perú de recaudar impuestos y aduanas, ha generado diferentes directrices y lineamientos para brindar servicios de calidad a los contribuyentes, por lo que contar con una medición de la calidad de servicio con criterios estandarizados desde la percepción del contribuyente ha sido clave, en base a ello, la aplicación del modelo Servqual, ha permitido identificar las dimensiones que requieren de una intervención oportuna para incrementar la percepción de los contribuyentes.

En ese contexto, este artículo tiene como objetivo analizar la calidad de servicio a partir de la percepción de los contribuyentes de una entidad tributaria pública en una región del Perú.

II. MARCO TEÓRICO

Uno de los desafíos de las entidades gubernamentales es evaluar el desempeño de los servicios públicos que brindan, siendo así relevante contar con información válida para orientar a la administración pública con intervenciones que sumen positivamente en la calidad del servicio [7]. Adicionalmente, hablar sobre la calidad de los servicios implica tratar acciones complejas de carácter intangibles, por lo que evaluar si el servicio es adecuado se vuelve difícil [8], dado que mejorar la calidad del servicio que brindan las entidades públicas y su interacción con los ciudadanos se hace complejo debido a que no tienen competencia de otra entidad limitando así en muchos casos la generación de incentivos para mejorar la productividad y brindar valor agregado en las entidades estatales [9].

De allí la importancia del uso del modelo SERVQUAL, definido como una herramienta de medición de la calidad del servicio realizado [10], habiendo sido ampliamente utilizado también para medir la percepción del usuario en el sector salud [11], saneamiento [12], educativo [13], entre otros. Desde esa perspectiva, la aplicación de insuficientes modelos de evaluación de servicios entre ellos el SERVQUAL han dejado una brecha de conocimientos, en este tipo de estudios se han caracterizado por ser un instrumento válido en este tipo de pruebas [14].

Para este estudio se recogieron aspectos importantes para analizar la calidad de servicio percibida por los contribuyentes de una entidad tributaria pública. Entre ellos se describe:

a. Base normativa

Desde la Secretaría de Gestión Pública de la Presidencia de Consejo de Ministros del Perú se ha impulsado los servicios de calidad en las entidades públicas, por lo que se describen las siguientes normativas legales vigentes:

- Ley N° 27658, Ley Marco de Modernización de la Gestión del Estado (Año 2002).
- Aprobación de la Carta Iberoamericana de la Calidad en la Gestión Pública (Año 2008).
- Aprobación de la Estrategia de Modernización de la Gestión Pública 2012-2016.
- Aprobación de la Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública al 2021 (Año 2013).
- Aprobación de la Norma Técnica para la Gestión de la calidad de servicios en el Sector Público (Año 2021).

b. Tipos de servicios brindados a los ciudadanos y contribuyentes por SUNAT

Se debe mencionar que desde la SUNAT se brindan tres tipos de servicios: atención presencial, virtual y telefónica. No obstante, en los últimos años los servicios que más han destacado son:

1. Aplicativos Móviles: EMPRENDER SUNAT y PERSONAS SUNAT

A través de la APP Personas los contribuyentes pueden actualizar sus datos de contacto, para que puedan recibir eficientemente las comunicaciones, recordatorios y alertas sobre sus obligaciones tributarias.

Adicionalmente, la nueva versión contiene nuevas funcionalidades para los recibos por honorarios electrónicos (RHE) las cuales permiten realizar operaciones rápidas y de forma amigable.

2. Mesa de partes Virtual – SUNAT

Aquí se realizan aquellas solicitudes ante SUNAT como alternativa a realizarlo de manera presencial. Este mecanismo tuvo su origen durante la pandemia, teniéndose actualmente implementado un mecanismo para recibir las solicitudes on line.

Esta mesa de partes virtual, principalmente, permite la presentación de trámites del RUC y otros, que antes solo podían realizarse de manera presencial.

3. Central de Consultas

La Central de Consultas es el principal canal de atención hacia los contribuyentes, para brindar el servicio de asistencia y orientación oportuna al ciudadano de manera telefónica.

4. Nuevo Portal de SUNAT

Es una alternativa interesante para brindar servicios, tomando como referencia el umbral del liderazgo tecnológico en el Estado, puesto que este sitio web tiene una interoperabilidad inmediata con otras entidades del estado y muestra los principales trámites tributarios que se realizan, así como otras opciones que permiten la accesibilidad de la tecnología de forma independiente al ciudadano o empresa, además de la inclusión de buenas prácticas en el uso del lenguaje iconográfico y visual.

c. Calidad

Según [15] definen la calidad a la medida en que un producto, servicio, proceso o entidad cumple con los estándares y requisitos establecidos, capaz de satisfacer las necesidades, expectativas y deseos de los usuarios o clientes. La calidad puede evaluarse en diversos contextos y puede incluir una variedad de atributos, características o criterios específicos dependiendo de lo que se esté evaluando.

1. Calidad de servicio

Definido por [16] como la amplitud de las diferencias o brechas existentes entre las expectativas del usuario y sus percepciones respecto a la prestación del servicio. Algunos factores clave de la calidad de servicio incluyen: Satisfacción del cliente, cumplimiento de expectativas, confianza y fiabilidad, comunicación efectiva, capacidad de respuesta, empatía y atención personalizada y facilidad de acceso y comodidad.

d. Modelos que miden la calidad de servicio.

Actualmente hay diversos modelos y cada uno puede adaptarse y personalizarse según dónde se desea aplicar [17]. La selección del modelo está sujeto a los objetivos de la investigación a realizar de acuerdo con cada contexto [18].

1. Modelo de calidad de servicio de Garvin

[19] Trabaja con ocho dimensiones de calidad aplicables tanto a productos como a servicios. Incluye aspectos de rendimiento, características, confiabilidad, conformidad, durabilidad, servicio, estética y percepción del cliente

2. Modelo de calidad de Servicio de Grönroos

En este modelo [20] prioriza la calidad técnica y funcional del servicio, así como en la calidad de la vinculación entre el proveedor y el cliente. Divide la calidad en dos dimensiones: calidad técnica y calidad funcional.

3. 4.3. Modelo de Calidad de SERVQUAL

Este modelo sirve para evaluar y medir la calidad de servicio en organizaciones. Este modelo tiene como premisa que la calidad de servicio puede evaluarse a través de la percepción de los clientes sobre la diferencia entre sus expectativas y sus experiencias reales en relación con el servicio recibido [21]. SERVQUAL es un acrónimo que representa las cinco dimensiones clave que el modelo utiliza para evaluar la calidad del servicio.

III. METODOLOGÍA O PROCEDIMIENTOS

Este estudio fue de tipo cuali-cuantitativo, investigación aplicada, de nivel descriptivo, fue de diseño no experimental - transversal, porque no se realizó manipulación de variables y porque la recolección de datos se realizó en un tiempo determinado, en una población previamente establecida, basándose la coherencia a los objetivos de la investigación [22].

Además, se revisaron documentos de gestión y normativos sobre calidad de servicio, lo que contrasta con el levantamiento de información proveniente de la muestra, analizó los parámetros de la calidad de servicio percibida por los contribuyentes de la SUNAT.

a. Participantes

La población del estudio estuvo conformada por 200 contribuyentes atendidos en la SUNAT Chíncha – Ica, que hayan hecho uso de los servicios brindados por la SUNAT. La muestra estuvo compuesta por 136 contribuyentes. El tamaño de muestra se calculó usando un nivel de 95% y un margen de error de 5%.

b. Técnica e instrumento de recogida y procesamiento de datos

El instrumento de recolección de datos utilizado fue la encuesta detallada diseñada como parte de un proyecto de investigación de la Universidad Autónoma de Ica. El objetivo de la encuesta fue analizar la calidad de servicio al contribuyente de una entidad tributaria.

El cuestionario estuvo comprendido por 15 preguntas, las mismas que fueron respondidas para conocer la percepción de la calidad de servicio que se les brinda a los contribuyentes. Las dimensiones analizadas fueron las siguientes:

- Elementos tangibles:
- Fiabilidad
- Capacidad de respuesta
- Seguridad y
- Empatía

Las respuestas se recogieron utilizando una escala de Likert de cinco puntos, que van desde "totalmente en desacuerdo" hasta "totalmente de acuerdo". La valoración estuvo comprendida entre 1 a 5 puntos, donde 1 fue la puntuación más baja y 5 la más alta.

Para analizar la data se utilizó el programa estadístico SPSS versión 26, donde se trabajó el análisis estadístico del instrumento de medición a fin de analizar la calidad de servicio desde la percepción de los contribuyentes de la SUNAT Chíncha – Ica.

c. Consentimiento

Para la aplicación de la encuesta, todos los participantes fueron informados del manejo de la información de forma confidencial y anónima, de acuerdo la "Ley de protección de datos personales" [23].

IV. RESULTADOS ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Teniendo como base a la información de las encuestas aplicadas e información existente, se realizó el análisis de la calidad de servicio percibida por los contribuyentes de una entidad tributaria pública, a través de la aplicación del modelo SERVQUAL.

Para obtener un análisis de precisión, se describen los criterios de segmentación relevantes que se tomaron en cuenta para aplicar el cuestionario. Tal como se describe en la Tabla 1, en este estudio participaron 136 contribuyentes del servicio de SUNAT, de los cuales, el mayor grupo de contribuyentes encuestados fueron de género femenino y correspondieron al rango de edad 35 a 39 años, representado por un 48.5% de contribuyentes de la Región Ica, zona sur del Perú.

Tabla 1: Criterios de segmentación de estudio.

Ítem	Porcentaje (%)	N
Sexo	Masculino	24
	Femenino	77
Rango de Edad	18 – 24 años	2.9
	25 - 29 años	5.9
	30 - 34 años	29.4
	35 - 39 años	48.5
	40 – 59 años	11.8
	60 años a más	1.5
Categoría o Tipo de Renta	Cuarta	16.9
	Quinta	85.3
	Ambas	0

Fuente: Elaboración propia.

a. Análisis de la calidad de servicio percibida por los contribuyentes

A través del uso de los servicios que SUNAT brinda, estos permiten conocer la percepción de los contribuyentes que han hecho uso de los servicios ya sea por el canal presencial, virtual o telefónico.

Así, aplicando el modelo SERVQUAL que permite medir la calidad de servicio en cinco dimensiones, se trabajaron los siguientes ítems (Tabla 2):

Tabla 2: Guía de cuestionario de encuesta.

Ítem	Pregunta	Dimensión
1	Los materiales impresos proporcionados por la SUNAT son claros y útiles	Elementos tangibles
2	Los canales digitales de la SUNAT (website, APP) son fáciles de usar y navegar	
3	Los servicios y aplicativos móviles de SUNAT están actualizados con tecnología moderna.	
4	La SUNAT ofrece servicios de manera consistente y confiable	Fiabilidad
5	La SUNAT cumple con sus compromisos de tiempo de respuesta	
6	Las normativas y procedimientos tributarios son claros y fáciles de entender	
7	La SUNAT responde rápidamente a las preguntas y solicitudes de los contribuyentes	Capacidad de respuesta
8	Los trabajadores de la SUNAT están siempre dispuestos a ayudar a los contribuyentes	
9	La SUNAT ofrece servicios y respuestas las 24 horas del día, los 7 días de la semana	Seguridad
10	La SUNAT maneja la información de los contribuyentes de manera segura y confidencial	
11	La SUNAT brinda información precisa y confiable a los contribuyentes	
12	La SUNAT se esfuerza por minimizar los errores en sus servicios	Empatía
13	Los trabajadores de la SUNAT entienden las necesidades y expectativas de los contribuyentes	
14	Los trabajadores de la SUNAT se esfuerzan por brindar un servicio personalizado a los contribuyentes	
15	Los trabajadores de la SUNAT tratan a los contribuyentes con cortesía y respeto	

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con la Tabla 3, de las 5 dimensiones aplicadas, se identificó que, los contribuyentes manifestaron que los elementos tangibles fueron percibidos como una de las fortalezas en los servicios que brinda SUNAT, con un 77.2%, 52.9% y 76.5%; esto demuestra que los aspectos de instalaciones físicas como infraestructura, equipos, material y personal representan una fortaleza para la SUNAT e influyen positivamente en la percepción de los contribuyentes. Por otro lado, la dimensión sobre seguridad fue identificada como la principal debilidad en los servicios que han tomado los contribuyentes, con lo cual se infiere que es insuficiente aún el conocimiento y capacidad de los empleados para reflejar confianza y seguridad, representando así una oportunidad de mejora, esto se reflejó en los resultados obtenidos que marcaron un 41.9%, 41.9% y 44.1%.

Tabla 3: Percepción de la calidad de servicio brindada por SUNAT.

DIMENSIÓN DE LA CALIDAD	PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO									
	Totalmente en Desacuerdo		En Desacuerdo		Neutral		De Acuerdo		Totalmente de Acuerdo	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Elementos Tangibles	6	4.4	9	6.6	6	4.4	10	7.4	105	77.2
	7	5.1	9	6.6	5	3.7	43	31.6	72	52.9
	6	4.4	9	6.6	6	4.4	11	8.1	104	76.5
Fiabilidad	9	6.6	3	2.2	12	8.8	49	36.0	63	46.3
	7	5.1	7	5.1	9	6.6	56	41.2	57	41.9
	8	5.9	6	4.4	8	5.9	53	39.0	61	44.9
Respuesta	10	7.4	9	6.6	6	4.4	41	30.1	70	51.5
	9	6.6	5	3.7	12	8.8	49	36.0	61	44.9
	5	3.7	4	2.9	9	6.6	51	37.5	67	49.3
Seguridad	10	7.4	2	1.5	11	8.1	56	41.2	57	41.9
	9	6.6	4	2.9	7	5.1	59	43.4	57	41.9
	7	5.1	4	2.9	12	8.8	53	39.0	60	44.1
Empatía	12	8.8	6	4.4	6	4.4	43	31.6	69	50.7
	11	8.1	6	4.4	7	5.1	32	23.5	80	58.8
	10	7.4	8	5.9	6	4.4	48	35.3	64	47.1
TOTAL	126	92.6	91	66.9	122	89.7	654	480.9	1047	769.9

Fuente: Elaboración propia.

En el gráfico 1 se permite clarificar que, aunque la mayoría de las respuestas fueron al mayor puntaje de la escala (5 = totalmente de acuerdo), las dimensiones sobre elementos tangibles destacaron positivamente entre un 53 % y 77% como totalmente de acuerdo, entre tanto respecto a la seguridad, solo se obtuvo entre un 42 % y 44% de respuestas que confirman estar de acuerdo.

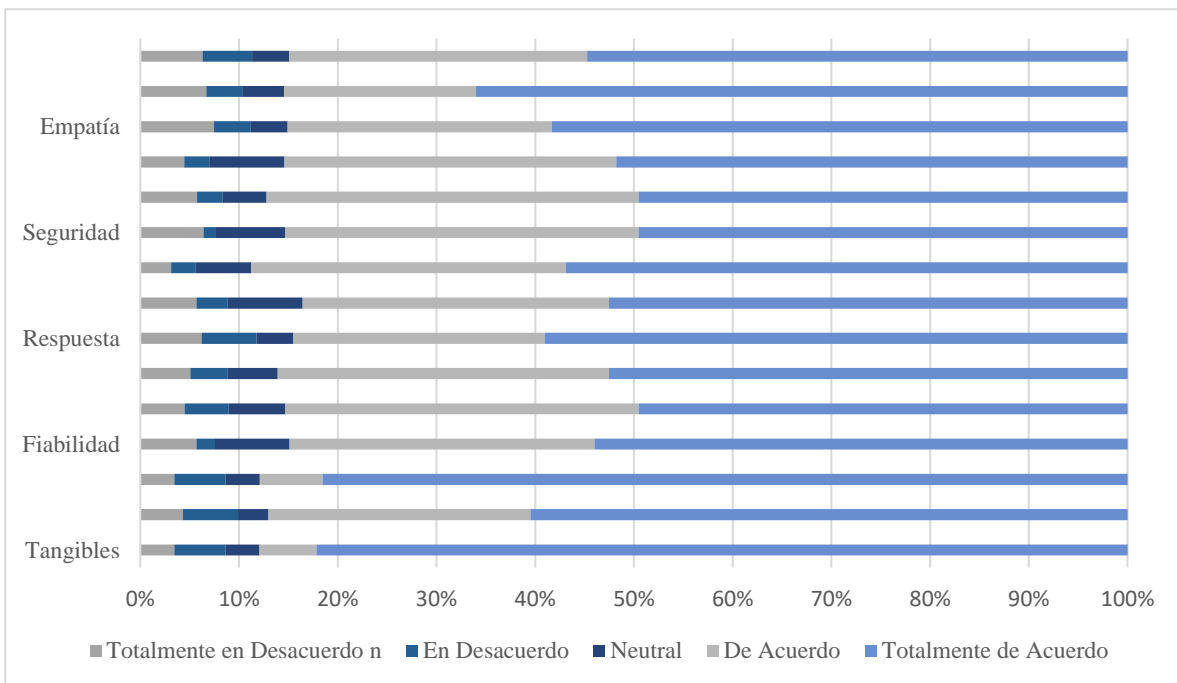


Gráfico 1: Percepción de los contribuyentes de SUNAT sobre la calidad de servicios brindados.
Fuente: Elaboración propia.

b. Diseño de las dimensiones de la calidad de servicio al contribuyente.

Las dimensiones de la calidad del servicio permiten delimitar en cinco aspectos si los servicios que se brindan son considerados de calidad, por ello, basado en el modelo SERVQUAL, se consideró clave diseñar las dimensiones adaptado a los servicios que da la SUNAT a los contribuyentes; en ese sentido, fue prioritario conocer el grado de importancia de dichas dimensiones a partir de los resultados de la presente investigación.

Bajo ese enfoque, según la Tabla 4, se identificó que, por grado de importancia, las dimensiones que obtuvieron mayor puntaje (escala 5 = totalmente de acuerdo) por los contribuyentes fueron: elementos tangibles (valores: 105, 72 y 106), empatía (valores: 69, 80 y 64), capacidad de respuesta (valores: 70, 61 y 67), fiabilidad (valores: 63, 57 y 61) y seguridad (valores: 57, 59 y 60), teniendo esta última dimensión el mayor valor de 59 en el ítem 11 del cuestionario.

Estos resultados, permiten conocer que la seguridad es necesaria en los servicios que brinda SUNAT y más aún si se trata de trámites de recaudación tributaria, de esta manera se espera que se fortalezca este aspecto para garantizar una experiencia positiva en el contribuyente. Clara evidencia se refleja en orientación tributaria, trámites RUC y solicitudes, cabinas SUNAT y mesa de partes, donde es probable que los

contribuyentes consideren vulnerable y podría utilizarse para efectos que perjudicarían al usuario, desde el uso de datos no autorizados hasta algún delito por mal uso de información confidencial.

Tabla 4: Grado de importancia de las dimensiones de calidad.

ESCALA	DIMENSIÓN DE LA CALIDAD														
	Tangibles			Fiabilidad			Respuesta			Seguridad			Empatía		
1	6	7	4	9	7	8	10	9	5	10	9	7	12	11	10
2	9	9	9	3	7	6	9	5	4	2	4	4	6	6	8
3	6	5	6	12	9	8	6	12	9	11	7	12	6	7	6
4	10	43	11	49	56	53	41	49	51	56	59	53	43	32	48
5	105	72	106	63	57	61	70	61	67	57	57	60	69	80	64
TOTAL	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136
PROMEDIO	4.46	4.21	4.51	4.13	4.10	4.13	4.12	4.09	4.26	4.09	4.11	4.14	4.11	4.21	4.09

Fuente: Elaboración propia.

c. Determinación de niveles de calidad de servicio percibido

Los niveles de calidad de servicio percibidos permiten ubicar la calificación que puntúan los contribuyentes de las experiencias que viven en la atención de los servicios que solicitan.

Para ello, se consideró tres niveles: peor de lo esperado, indiferente y mejor al esperado, tal como se indica en la Tabla 5.

Tabla 5: Niveles de calidad percibida.

Nivel	CALIDAD PERCIBIDA	Escala
Peor de lo esperado	Totalmente en desacuerdo	1
	En desacuerdo	2
Indiferente	Neutral	3
Mejor al esperado	De acuerdo	4
	Totalmente de acuerdo	5

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con el Gráfico 2, y tomando en consideración los niveles de calidad percibidos por los contribuyentes, se obtuvo que, las cinco dimensiones de calidad medidas en esta investigación se encuentran en el nivel: “mejor al esperado”, dado que las escalas 4 y 5 corresponden a este nivel, siendo predominante la escala 5 en más del 95% de las repuestas. Asimismo, según la información disponible se infiere que este alto nivel de la calidad del servicio responde a un trabajo arduo de orientación al contribuyente y las oficinas descentralizadas al interior de las regiones que permiten acercarse más al contribuyente y tener un trato directo con el proveedor del servicio SUNAT.

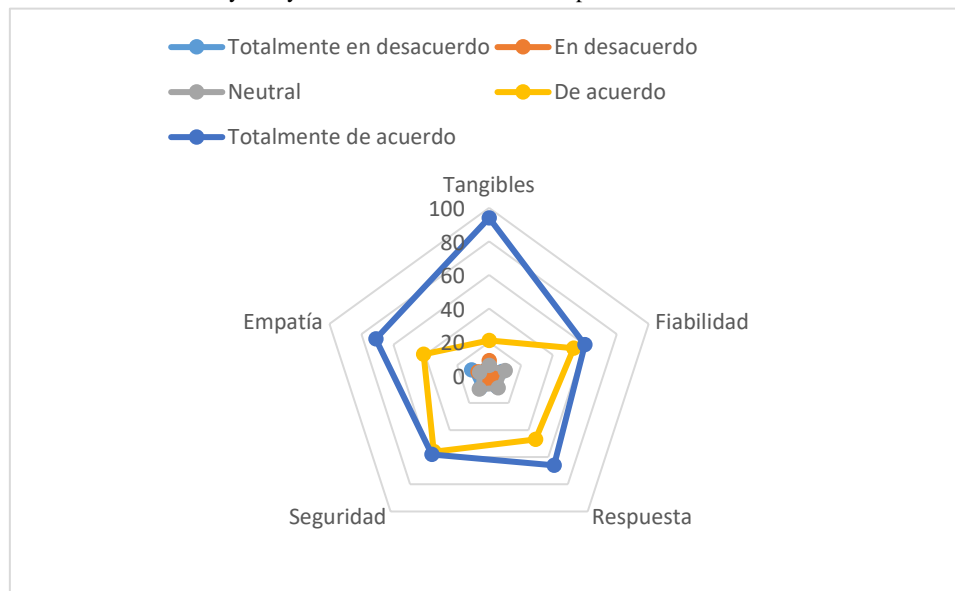


Gráfico 2: Calidad de servicio percibida según escala y nivel.

Fuente: Elaboración propia.

V. CONCLUSIONES

De la presente investigación se concluyó que, la calidad de servicio percibida por los contribuyentes de la SUNAT, aplicando el modelo SERVQUAL, fueron positivos para las cinco dimensiones (elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía), destacando los elementos tangibles con una aceptación superior al 53%; entre tanto la dimensión seguridad fue reportada con una aceptación menor del 42% a diferencia de las demás dimensiones; esta información permite conocer y priorizar las intervenciones que realice la SUNAT valorando la percepción de los contribuyentes. Asimismo, se identificó el grado de importancia de las dimensiones de calidad, siendo la dimensión seguridad un parámetro clave a prestar atención para el desarrollo de implementación de oportunidades de mejora a corto y mediano plazo a fin de incrementar la percepción positiva de los contribuyentes.

Adicionalmente, se identificó que las cinco dimensiones de calidad medidas en esta investigación se encuentran en el nivel: “mejor al esperado”, dado que los resultados se ubicaron en las escalas 4 y 5 las cuales corresponden a este nivel, siendo predominante la escala 5 en más del 95% de las repuestas.

De esta manera, se confirma que los servicios brindados por la SUNAT están enfocados a ser de calidad lo cual se traduce en la percepción positiva para los contribuyentes, pero a su vez se convierte en un desafío cuando se habla de sostenibilidad pues como se sabe los usuarios cada vez son más exigentes y buscan que los servicios donde en su mayoría son trámites sean simples, fáciles, amigables y eficientes.

Finalmente, se recomienda complementar este estudio base con otras herramientas del Modelo SERVQUAL tales como medición a fin de tener mayores insumos para mejores decisiones en las entidades tributarias.

VI. REFERENCIAS

- [1] K. Párraga-Montesdeoca y J. Ubillús-Macías, “Gestión de calidad del servicio de atención al contribuyente en el Servicio de Rentas Internas de Manabí (Ecuador)”. *MQRInvestigar*, vol. 7, n° 4, pp. 1481-1496, Nov. 2023.
- [2] R. Matsumoto, “Desarrollo del Modelo SERVQUAL para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto”. *Perspectivas*, vol. 34, pp. 181-209, Oct. 2014. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425941264005>.
- [3] V. Menezes, G. Pedrosa, M. Silva y R. Figueiredo, “Evaluación de los Servicios Públicos Considerando las Expectativas de los Usuarios— Una Revisión Sistemática de la Literatura”, *Información*, vol. 13 no. 4, pp. 162, Mar. 2022, doi: 10.3390/info13040162.
- [4] T. Karagianni, y G. Theriou, “Service quality in local government and its effect on citizen satisfaction: The case of the Division of Transportation and Communications of the Regional Unit of Kavala in the region of Eastern Macedonia and Thrace, Greece”, *International Journal of Business and Economic Sciences Applied Research. (IJBESAR)*, vol. 11 n° 2, pp. 7-16. Feb. 2019, doi: 10.25103/ijbesar.112.01.
- [5] S. Sarmiento y M. Paredes, “Percepción de la calidad de servicio del usuario interno en una institución pública”, *Industrial Data*, vol. 22, n° 1, pp. 95–103. Feb. 2019. <https://www.redalyc.org/journal/816/81661270006/html/>.
- [6] L. Araujo y C. López. “Estado del arte de los estudios del modelo SERVQUAL en la gestión pública”. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, vol. 6, no. 6, pp. 6364-6382. Nov. 2022, odoi: 10.37811/cl_rem.v6i6.3879.
- [7] C. Vázquez, C. y N. Heredia, “Análisis de la calidad del servicio en IES a través del modelo SERVQUAL”, *RECAI Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática*, vol. 11, no. 30, pp. 1-11. Nov. 2021. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=637969396001>.
- [8] A.M. Barrera-Isuiza y M. A, Ysuiza Shupingahua, “Gestión administrativa y calidad de servicio de la Municipalidad Provincial de Alto Amazonas, Loreto 2018”, *Revista Gobierno y Gestión Pública*, vol. 5 no. 1, pp. 91 -110. Jun. 2018, doi: 10.24265/igpp.2018.v5n1.06.
- [9] V. Cervantes., I. Stefanell., P. Peralta, y R. Salgado. “Calidad de servicio en una institución de educación superior en la ciudad de Barranquilla”, *Ciencias administrativas*, vol. 6. no. 11 pp. 27 – 40. Oct. 2017, doi: 10.24215/23143738e017.
- [10] F. Ganga., N. Alarcón y L. Pedraja, “Medición de calidad de servicio mediante el modelo SERVQUAL: el caso del Juzgado de Garantía de la ciudad de Puerto Montt-Chile”. *Ingeniare. Revista chilena de Ingeniería*, vol. 27 n° 4, pp. 668-681. Dic. 2019, doi: 10.4067/S0718-33052019000400668.
- [11] O. Sosa, N. Burguez, M. Chaparro, M. Pérez, L. Wannis y T. Zanina, “Nivel de satisfacción de los asegurados de un Hospital sobre los servicios de consulta externa”, *Revista Científica de la UCSA*, vol. 10 n° 2, pp. 105-113. Ago. 2023, doi: 10.18004/ucsa/2409-8752/2023.010.02.105.
- [12] F. Dueñas, S. Hidrovo y I. Loor, “Entre el análisis de brechas y el análisis importancia-valoración: una aplicación del modelo SERVQUAL”, *Revista San Gregorio*, vol. 1, no. 55, pp. 78-91. Set. 2023, doi: 10.36097/rsan.v1i55.2388.
- [13] C. Barragán, J. García y N. Medina. “Análisis de la calidad del servicio en IES a través del modelo SERVQUAL”, *RECAI Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática*, vol. 11, n° 30, pp. 1-11. Nov. 2021. <https://www.redalyc.org/journal/6379/637969396001/637969396001.pdf>.
- [14] M. Ubilla., E. Barreno., F. Freire., y M. Sánchez. “Fundamentos de calidad de servicio, el modelo SERVQUAL”, *Revista empresarial*, vol. 13, no. 2, pp. 1-15. Set. 2019, doi: 10.23878/empr.v13i2.001.
- [15] A. Parasuraman, V. Zeithaml y L. Berry, “SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of Service Quality”, *Journal of Retailing*, vol. 64, no. 1, pp. 12. Dic. 1988.
- [16] O. Colmenares y J. Saavedra. “Aproximación teórica de la lealtad de marca: Enfoques y Valoraciones”, *Cuadernos de Gestión*, vol. 7, no. 2, pp. 69- 81. Nov. 2007. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?>
- [17] S. Torres., y C. Vásquez. “Modelos de evaluación de la calidad del servicio: caracterización y análisis”, *Revista Científica Compendium*, vol. 18, no. 35. May. 2018. Recuperado a partir de <https://revistas.uclave.org/index.php/Compendium/article/view/64/39>.
- [18] R. Espinoza, “La calidad de servicio en la administración pública”, *Horizonte empresarial*, vol. 8, n° 1, pp. 425-437. Jun. 2021, doi: 10.26495/rce.v8i1.1648.
- [19] D. Garvin. “Quality on the line”, *Harvard Business Review*, vol. 61 n°. 4, pp. 65-75. Set. 1983.
- [20] C. Grönroos, “A Service Oriented Approach to Marketing of Services”. *European Journal of Marketing*, vol. 12, n° 8, pp. 588-601. Ago. 1978, doi: 10.1108/EUM0000000004985.
- [21] L. Ibarra., y B. Espinoza. “SERVQUAL, una propuesta metodológica para evaluar la percepción de la calidad”. *Revista Iberoamericana de Ciencias*, vol. 1, no. 4, pp. 107-20. Set. 2014. <http://www.reibci.org/publicados/2014/septiembre/3300110.pdf>.
- [22] H. Ñaupas, M. Valdivia, J. Palacios y H. Romero. “Metodología de la investigación cuantitativa – cualitativa y redacción de tesis”, Editorial Ediciones de la U, 5ta Ed. Bogotá, Colombia: 2018 pp. 347 - 399. [Online]. Available: http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/MetodologiaInvestigacionNaupas.pdf.
- [23] Diario El Peruano. Ley No. 29733, “Ley de protección de datos personales”, Jul. 2011.