

UNIVERSIDAD SAN PEDRO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ESTUDIO DE ADMINISTRACION



Cultura Tributaria y la Satisfacción del Contribuyente de la
Municipalidad Provincial de Huaraz, 2018

Tesis para obtener el título profesional de Licenciado en
Administración

Autor:

Asencios Requez, Jhoel Jheferson

Código ORCID 0000-0003-0852-1946

Asesor:

Mtr. Reyes López, Rene Alcides

Código ORCID 0000-0002-2220-2995

HUARAZ - PERÚ

2022

Palabras clave

Tema	Cultura Tributaria, Satisfacción
Especialidad	Administración

Keywords

Theme	Tax Culture, Satisfaction
Specialty	Administration

Línea de investigación

Línea de Investigación	Gestión empresarial pública y privada
Área	5. Ciencias Sociales
Sub Área	5.2 Economía y Negocios
Disciplina	Negocios y Management
Sub - líneas o Campos de Investigación	Tributación

Titulo

Cultura Tributaria y la Satisfacción del Contribuyente de laMunicipalidad Provincial
de Huaraz, 2018.

Resumen

La presente investigación tuvo como **propósito** describir cuál es la influencia de la cultura tributaria en la satisfacción del contribuyente de la Municipalidad Provincial de la Provincia de Huaraz. La **metodología** fue no experimental, descriptivo correlacional, La población de estudio fue de 14,897 y la muestra de 366. La recolección de datos se realizará a través de las encuestas como instrumento y serán procesadas y tabuladas en el software SPSS, versión 22; con la finalidad de obtener la información relevante, siendo los **resultados** que existe relación significativa entre he sido capacitado sobre el cumplimiento de los tributos municipales y el personal que me atiende está capacitado para hacerlo, en la Municipalidad Provincial de Huaraz, debido a la correlación de Spearman que devuelve un valor de 0.974, representando una muy alta asociación **Se concluye** de acuerdo a los resultados obtenidos de la presente investigación, por existir una asociación entre ambas variables de estudio.

Abstract

The purpose of this research was to describe the influence of the tax culture on the satisfaction of the taxpayer of the Provincial Municipality of the Province of Huaraz. The methodology was non-experimental, descriptive correlational. The study population was 14,897 and the sample was 366. The data collection will be carried out through the surveys as an instrument and will be processed and tabulated in the SPSS software, version 22; In order to obtain the relevant information, the results being that there is a significant relationship between I have been trained on compliance with municipal taxes and the personnel who attend me are trained to do so, in the Provincial Municipality of Huaraz, due to the correlation of Spearman that returns a value of 0.974, representing a very high association. It is concluded according to the results obtained from the present investigation, since there is an association between both study variables.

Índice

	Pág.
Palabras Clave.....	ii
Título.....	iii
Resumen.....	iv
Abstract.....	v
I. Introducción.....	08
1.1. Antecedentes y Fundamentación Científica.....	08
1.2. Justificación de la investigación.....	33
1.3. Problema.....	34
1.4. Conceptuación y Operacionalización de variables.....	36
1.5. Hipótesis.....	38
1.6. Objetivos.....	38
1.6.1. Objetivo General.....	38
1.6.2. Objetivos específicos.....	38
II. Metodología.....	39
2.1. Tipo y diseño de investigación.....	39
2.2. Población y muestra.....	39
2.3. Técnicas e instrumentos de investigación.....	41
2.4. Procesamiento y análisis de la información.....	41
III. Resultados.....	43
IV. Análisis y Discusión.....	46
V. Conclusiones y Recomendaciones.....	48
VI. Agradecimiento.....	50
VII. Referencias Bibliográficas.....	51
VIII. Anexos.....	54

Índice de tablas

Tabla 1:.....	43
Tabla 2:.....	44
Tabla 3:.....	45
Tabla 4:.....	45

Índice de gráficos

Figura 1:.....	25
Figura 2:.....	45

I. INTRODUCCION

1.1. ANTECEDENTES Y FUNDAMENTACION CIENTIFICA

1.1.1. ANTECEDENTES

Internacional

Tortolero (2017) En su tesis tuvo como propósito establecer la relación entre la cultura tributaria y el pago del Impuesto Sobre Inmuebles Urbanos en el Municipio Valencia del Estado Carabobo, el estudio fue de campo y apoyada en una indagación documental, de un enfoque cuantitativo, descriptivo y aplicada. Los resultados demuestran que el 85.2% de los negociantes encuestados si les gustaría recibir una guía tributaria para poder formalizar, en conclusión, basado en los resultados obtenidos el diseño de la guía tributaria seria de satisfacción de los contribuyentes.

Onofre et al. (2017) En la tesis tuvo como propósito contribuir al aumento progresivo de una cultura tributaria y de un apropiado ingreso de recursos para el presupuesto general del estado y que de este modo optimizar la distribución de las utilidades para esta provincia. El estudio fue descriptivo, explicativo, propositivo, de carácter cuantitativo retrospectivo, utilizando la encuesta, observación, entrevistas y formularios. Su población fue de 55.530 habitantes, los resultados fueron un 80% donde afirmaron estar capacitado para efectuar sus diligencias, permitiendo ello realizar sus actividades tributarias correspondientes. Llegando a la conclusión que la cultura tributaria está estrechamente ligada a la calidad de la pesquisa favorable sobre lo estatal y a su implicación en el enfoque de la ciudadanía sobre las instituciones estatales.

Nacionales

Torres y Cartolin (2016) en la investigación tuvo como propósito establecer la relación que existe entre ambas variables de estudio, el estudio fue básica, el inductivo - deductivo de casos y descriptivo. Su muestra fue de 381 contribuyentes. Utilizando el cuestionario como medio de obtención de información. Los resultados reflejaron en el dato estadístico $R^2=0.718$ con un

alto nivel de significancia ($p\text{-valor} < 0.05$). Concluyéndose que existe una alta relación de la calidad de servicio sobre la satisfacción de los contribuyentes.

Isuiza (2017) La investigación tuvo como propósito establecer la relación existente, entre ambas variables de estudio, el estudio fue correlacional, siendo su población muestral de 75 pequeños comerciantes, el instrumento de recolección fue el cuestionario. Los resultados según la prueba chi cuadrado de Pearson es de 93.563, mayor al chí tabular con 4 grados de libertad de 9.488, lo que indica que las variables son dependientes, Concluyéndose la existencia de una influencia y relación significativa entre las variables de estudio.

Tarazona y Veliz de Villa (2016) la investigación tuvo como propósito establecer la incidencia entre la cultura tributaria en la formalización de la Micro Empresa T&L S.A.C. - en la ciudad de Pomabamba – Ancash, año 2013, el estudio se realizó mediante el desarrollo integral de un caso práctico, se explica de manera clara y didáctica la influencia entre las variables. Los resultados manifiestan que por inexperiencia que existen sanciones, por demora en la legitimación de libros contables la empresa. Concluyéndose de acuerdo a los resultados de la tesis conseguimos consumir que el grado de cultura tributaria en la provincia de Pomabamba es muy baja por el alto índice de informalidad, esto es consecuencia de la falta de orientación de las instituciones encargadas.

Locales

Pedrozo y Trujillo (2018) En la investigación se tuvo como propósito establecer el nivel de la cultura tributaria y su incidencia en la recaudación del impuesto predial en la municipalidad Distrital de Independencia-Huaraz periodo 2016-2017. El estudio fue la aplicada con orientación mixto, correlacional no experimental, su población muestral constituida por los contribuyentes clasificados por secciones y colaboradores del área de administración tributaria y rentas de la municipalidad. Los resultados siendo el 94.13 % de los contribuyentes necesitan de cultura tributaria razón por la cual la recaudación del impuesto predial sea baja y asimismo existe morosidad.

concluyéndose que la cultura tributaria incide positivamente en la recaudación del impuesto predial.

Castro (2018) la tesis tuvo como propósito detallar la incidencia de los factores económicos, sociales, culturales y normativo administrativo en la generación de la evasión y elusión por las empresas constructoras de la ciudad de Huaraz. El estudio fue de tipo aplicada, de diseño transversal, la muestra fue de 107 empresas constructoras, se utilizó el cuestionario. Los resultados según la opinión del 63,9%. el factor social influye en la evasión y elusión tributaria de las Empresas Constructoras, según la opinión del 61,4%. el factor cultural incide en la evasión y elusión tributaria de las Empresas Constructoras, Se concluye que los factores económico, social, cultural y normativo-administrativo influyen en la generación de la evasión y elusión tributaria por las Empresas Constructoras en la ciudad de Huaraz, periodo 2010 – 2013.

1.1.2. FUNDAMENTACION CIENTIFICA

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.” (Cuadros, 2018).

Teoría de la Cultura Tributaria

Pedrozo y Trujillo (2018). cito a Gálvez (2007), donde relata que: “La fecundación de la cultura tributaria tiene una compensación, se ha establecido que los contribuyentes desistirían de eludir y evadir, si el Estado manejara cabalmente sus tributos.”

Importancia de Promover la Cultura Tributaria

Pedrozo y Trujillo (2018). cito a Roca, (2011) donde relata que: “El deber del acatamiento tributario puede ser suficiente para alcanzar los objetivos del recaudo fiscal, dependiendo del discernimiento de inseguridad de los contribuyentes y de la capacidad de fiscalización y sanción de la Administración Tributaria. Pero hay argumentos sociales en los que se observa una rompimiento o disfunción entre la ley, la moral y la cultura, estos tres sistemas regulan el comportamiento humano.”

Baltazar y Ferre (2018). Cito a Armas y Colmenares, (2009) donde relata: “La cultura tributaria es usada como un instrumento en el acatamiento de deberes tributarios, de forma voluntaria.”

Objetivo de la Cultura Tributaria

Baltazar y Ferre (2018). Cito a Armas y Colmenares, (2009) donde nos afirma: “El propósito de la cultura tributaria es el de la toma de conciencia por parte de los contribuyentes con la contribución voluntaria al Estado.”

Elementos de la Cultura Tributaria

a) Conocimiento

Cuadros (2018). Cito a Estrada, (2014) nos detalla: “Conocer y concebir los primordiales aspectos de la tributación constituyen porción de la cultura tributaria, pero son sólo un elemento de ella y no son suficientes para exponerla.”

b) Valores éticos

Cuadros (2018). Nos afirma: “Son los discernimientos que usa un individuo para preferir entre varias posibilidades aquello que se aproxima a su forma de pensar, de sentir y de los intereses que tiene.

1. Respecto a la verdad.

Cuadros (2018). Cito a Estrada, (2014) detalla: “La honestidad, Honradez, Integridad, Constancia, Dignidad, Transparencia, son los valores que conlleva a cumplir con nuestras obligaciones tributarias.”

2. Respeto a la Legalidad.

Cuadros (2018). Cito a Estrada, (2014) detalla: “El respeto a la justicia, Reconocimiento y acatamiento de la ley de la autoridad, rectitud, responsabilidad, disciplina y prudencia. Siendo los valores que van a regir para el cumplimiento de las normas y demás juicios.”

3. Respeto a la sociedad.

Cuadros (2018). Cito a Estrada, (2014) detalla: “La participación, cooperación, equidad, servicio, solidaridad, generosidad, civismo, patriotismo.” Los valores que van a permitir realizar nuestras obras por el camino correcto.

c) Comportamiento.

Cuadros (2018) nos manifiesta que: “La conducta humana está establecido por la cultura, así las cualidades, las impresiones, los valores del individuo, los valores culturales y la ética, la acción de mando, la relación, la hipnosis, la persuasión, la coerción y/o la genética alegan a la base de su cultura.”

d) Política tributaria.

Cuadros (2018). cito a Amasifuen, (2015) detalla que: “Son los lineamientos que emplazan, rigen y cimientan el sistema tributario. Es trazada y propuesta por el Ministerio de Economía y Finanzas.”

e) Administración tributaria

Cuadros (2018). cito a Amasifuen, (2015) detalla que: “Forma la parte operativa del sistema tributario y en ella se precisan, trazan, elaboran e inspeccionan las operaciones sintetizas para obtener las metas delineadas en lo que a recaudo se refiere.”

f) Sistema Tributario.

Cuadros (2018) cito a Amasifuen, (2015) detalla que: “Conjunto de conectores legales mediante los cuales se implementa la política tributaria. Recalca como la pauta más significativa del Código Tributario, Las peculiaridades más resaltantes que existen en las medidas tributarias se irradian las nociones tributarias de: equidad, imparcialidad, rectitud, legitimidad, confiscatoriedad e paridad de la carga impositiva.

Elementos del Sistema Tributario Peruano

Cuadros (2018) cito a Atoche (2014). El Sistema Tributario está compuesto por los consecutivos elementos:

a) Tributo impuesto

“Tributo cuyo acatamiento, no ocasiona una contraprestación inmediata en favor del colaborador por parte del Estado. Por ejemplo, el impuesto a la renta.”

b) Contribución

“Genera beneficios procedentes de prestaciones colectivas específicas que realiza el Estado. Por ejemplo, las aportaciones a ESSALUD.”

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.”

d) Arbitrios

“Por la prestación o sostenimiento de una asistencia pública. Lo colectan las Municipalidades provinciales y distritales”.

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, etc.”

SATISFACCION DEL CONTRIBUYENTE

La satisfacción del contribuyente con los servicios de atención que recibe no depende exclusivamente de un 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.

Sí, 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 satisfecho con el servicio, en tanto no tenía 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. (Ministerio de Economía y Finanzas, 2013)

Definición de satisfacción y satisfacción del contribuyente

Satisfacción

Cuadros, (2018). cito a Palacios, (2013). Quien manifiesta varias connotaciones conceptuales, El Diccionario de la Real Academia de la Lengua (1992), precisa la complacencia como “el acatamiento de la aspiración o del deleite de algo”; por su parte la Enciclopedia Encarta (1997) complementa la del DRAL concretando la complacencia como “aquietarse o persuadirse con una razón eficaz; estar acorde con algo o alguien”. La complacencia, por tanto, tiene que ver con la consecución de un apetito o anhelo y además con la “calma” de una intranquilidad. Es un estado mental de conformidad con lo percibido o experimentado

Satisfacción del contribuyente

Cuadros (2018). Nos manifiesta que: “Consiste en la atención de las peticiones de información, orientación y ayuda que los contribuyentes solicitan para el acatamiento de sus deberes.” Esmero al contribuyente siguiendo las opiniones difundidas en el Manual para la mejora de la recaudación del impuesto predial, La complacencia del contribuyente con los servicios de atención que recibe no pende únicamente de su buen diseño y de su calidad.

Orientación adecuada a los contribuyentes

Cuadros (2018). Nos relata que: “La administración tributaria municipal debe ser consciente de que la mayor incidencia de errores en las declaraciones tributarias proviene de la inexperiencia de los contribuyentes sobre la información que deben suministrar y la forma en que ella debe ser registrada. Por ejemplo: formularios muy complicados de llenar, insuficientes puntos de atención, orientación confusa, etcétera.

Cumplimiento de las obligaciones del contribuyente

Cuadros (2018). Manifiesta que: “Como principal propósito es el de socorrer al contribuyente para que pueda cumplir con sus deberes tributarias. No solo

orientándolo, enseñarles a cumplir con los plazos establecidos y cuando y donde se tienen que presentar los documentos.”

Registro de datos

Cuadros (2018). Detalla que: “Para la administración tributaria municipal, el insumo más significativo para ofrecer un conveniente ejercicio es la información que recoge de los contribuyentes. De ahí la importancia de que el registro de los datos sea el correcto, sobre todo el del impuesto predial.

Satisfacción y calidad del servicio

Cuadros (2018). Nos manifiesta que: “La calidad del servicio es una valoración orientada que irradia la percepción del contribuyente de la confianza, seguridad, sensibilidad, empatía y tangibles. La complacencia, 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. Verde et al. (2018) nos manifiesta que de acuerdo a su investigación los resultados se encuentra certeza que existe una relación significativa y directa entre la calidad de servicio con la satisfacción del contribuyente ($\rho = .794$; $p = .000$) en la municipalidad distrital de Salaverry.

Importancia de la satisfacción del cliente:

La importancia de la satisfacción del cliente en el mundo empresarial reside en que un cliente satisfecho será un activo para la compañía debido a que probablemente volverá a usar sus servicios o productos, volverá a comprar el producto o servicio o dará una buena opinión al respecto de la compañía, lo que conllevará a un incremento de los ingresos para la empresa.

Por el contrario, un cliente insatisfecho comentará a un número mayor de personas su insatisfacción, en mayor o menor medida se quejará a la compañía y si su insatisfacción alcanza un determinado grado optará por cambiar de compañía para comprar dicho producto o servicio o en último caso, incluso abandonar el mercado.

Aunque la satisfacción del cliente es un objetivo importante, no es el objetivo final de las sociedades en sí mismo, es un camino para llegar a este fin que es la obtención de

unos buenos resultados económicos. Estos resultados serán mayores si los clientes son fieles, ya que existe una gran correlación entre la retención de los clientes y los beneficios.

En multitud de artículos y estudios relativos a la satisfacción del cliente, la intención de recomprar aparece relacionada con esta manera positiva. Para explicar esta relación hay que conocer la intención del comportamiento, es una función de las expectativas del cliente de que la realización de un determinado comportamiento producirá un determinado nivel de resultado y de la evaluación, positiva o negativa, de dicho resultado. Desde este punto de vista existen dos formas en las que la satisfacción puede afectar a la intención de recompra, siendo la primera de ellas el hecho de que, si un cliente se encuentra satisfecho, esta satisfacción sirve para reducir la incertidumbre de los resultados que se obtendrán en la compra. La segunda manera en que la satisfacción influye en la intención de recompra es que, si un cliente está satisfecho, hará valoraciones positivas de los resultados de la compra.

Beneficios de lograr la satisfacción del cliente:

Si bien existen diversos beneficios que toda empresa u organización puede obtener al lograr la satisfacción de sus clientes, éstos pueden ser resumidos en tres grandes puntos que brindan una idea clara acerca de la importancia de lograr la satisfacción del cliente:

Primer Beneficio: Según Kotler y Armstrong (2003), el cliente satisfecho por lo general vuelva a comprar. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio su lealtad y, por ende, la posibilidad de venderle el mismo u otros productos adicionales en el futuro.

Segundo Beneficio: Para Kotler y Armstrong (2003) el cliente satisfecho comunica a otros sus experiencias positivas con un producto o servicio. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio una difusión gratuita que el cliente satisfecho realiza a sus familiares, amistades y conocidos.

Tercer Beneficio: Según Kotler y Armstrong (2003,) el cliente satisfecho deja de lado a la competencia. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio un determinado lugar (participación) en el mercado.

Elementos que conforman la satisfacción del cliente:

Existen dos formas para evaluar la satisfacción del cliente: La primera fue planteada por los autores Parasuraman, Berry y Zeithaml (1985), la segunda por Cronin y Taylor (1994).

La primera de ellas es a través de la diferencia entre el rendimiento percibido y las expectativas que se tenían antes de consumir el producto o servicio; bajo esta fórmula los elementos que componen la satisfacción del cliente son a) El rendimiento percibido, b) Las expectativas y, c) El nivel de satisfacción el cual es la diferencia entre percepciones y expectativas. La segunda forma es tomando en cuenta sólo las percepciones; bajo este concepto la satisfacción del cliente tendría como elemento solamente el rendimiento percibido más no las expectativas. A continuación, desarrollaremos los conceptos de rendimiento percibido y de expectativas. El Rendimiento Percibido: Se refiere al desempeño (en cuanto a la entrega de valor) que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio. Dicho de otro modo, es el resultado que el cliente percibe que obtuvo en el producto o servicio que adquirió. El rendimiento percibido tiene las siguientes características: Se determina desde el punto de vista del cliente, no de la empresa. Se basa en los resultados que el cliente obtiene con el producto o servicio. Está basado en las percepciones del cliente, no necesariamente en la realidad. Sufre el impacto de las opiniones de otras personas que influyen en el cliente. Depende del estado de ánimo del cliente y de sus razonamientos. Las Expectativas: Las expectativas son las "esperanzas" que los clientes tienen por conseguir algo. Por ello, las empresas deben tener cuidado de establecer el nivel correcto de expectativas. Por ejemplo, si las expectativas son demasiado bajas no se atraerán suficientes clientes; pero si son muy altas, los clientes pueden sentirse decepcionados luego de la compra. Las expectativas de los clientes se producen por el efecto de una o más de estas cuatro situaciones:

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

Teorías al respecto de la naturaleza de la satisfacción del cliente:

En el campo de las ciencias sociales se han producido distintos enfoques a la hora de definir el modelo de satisfacción / insatisfacción del cliente y cómo influyen en la satisfacción del cliente los distintos factores, como el coste o el desempeño del producto. Podemos distinguir en este ámbito cinco teorías que intentan explicar la motivación del ser humano y que pueden aplicarse para determinar la naturaleza de la satisfacción del cliente y cuya aplicación a este ámbito pasamos a resumir brevemente a continuación:

Teoría de la Equidad: de acuerdo con esta teoría, la satisfacción se produce cuando una determinada parte siente que el nivel de los resultados obtenidos en un proceso, están en alguna medida equilibrados con sus entradas a ese proceso tales como el costo, el tiempo y el esfuerzo.

Teoría de la atribución causal: explica que el cliente ve resultado de una compra en términos de éxito o fracaso. La causa de la satisfacción se atribuye a factores internos tales como las percepciones del cliente al realizar una compra y a factores externos como la dificultad de realizar la compra, otros sujetos o la suerte.

Teoría del desempeño o resultado: propone que la satisfacción del cliente se encuentra directamente relacionada con el desempeño de las características del producto o servicio percibidas por el cliente. Se define el desempeño como el nivel de calidad del producto en relación con el precio que se paga por el que percibe el cliente.

Teoría de las Expectativas: sugiere que los clientes conforman sus expectativas al respecto del desempeño de las características del producto o servicio antes de realizar la compra. Una vez que se produce dicha compra y se usa el producto o servicio, el cliente compara las expectativas de las características de éstos con el desempeño real, al respecto, usando una clasificación del tipo “mejor que” o “peor que”. Se produce una disconformidad positiva si el producto o servicios es peor de lo esperado. Una simple confirmación de las expectativas se produce cuando el desempeño del producto o servicio es tal y como se esperaba. La satisfacción del cliente se espera que aumente cuando las disconformidades positivas aumentan. (Brooks, 1995).

Evaluación de la satisfacción:

En los últimos meses, y debido principalmente a la creciente importancia que se le ha dado a la evaluación de la satisfacción del cliente en la revisión del 2000 de la norma ISO 9000 y los modelos de excelencia (EFQM, Malcolm Baldrige, Premio Deming, etc.), ha aflorado la cantidad de organizaciones que hacen evaluaciones de satisfacción de sus clientes.

Es claro, si los clientes están satisfechos, serán más fieles y por lo tanto nos darán mayores ingresos y durante un mayor período de tiempo. Pero en, en nuestra labor profesional nos encontramos cada vez más a menudo que los análisis de satisfacción de clientes se comenten sistemáticamente tres grandes tipos de errores:

- a) No integrar el análisis de satisfacción del cliente dentro de una estrategia de gestión de relaciones con los clientes.
- b) No desarrollar correctamente los análisis de satisfacción al cliente por una o varias de los siguientes motivos:
 - c) No haber identificado exactamente que la organización tiene distintos tipos de clientes y cuya satisfacción se basa en distintos parámetros.
 - d) Falta de metodología para el análisis de satisfacción del cliente.
 - e) Falta de experiencia y conocimientos sobre aspectos de estadística para poder extraer conclusiones correctamente.
 - f) Incorrecta ejecución del contenido de los cuestionarios.

1.2. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Justificación Teórica

El presente estudio accedió a establecer el grado de correlación que existe entre ambas variables de la investigación La Cultura tributaria y la Satisfacción del contribuyente, además de sustentar nuevos conocimientos en torno a las variables de la indagación.

Justificación Practica

En la practica el estudio fue utilizado como información objetiva y real para la organización, como propósito de diseñar planteamientos de mejoras para revertir cualquier situación que se pueda presentar y que afecte la Cultura tributaria y Satisfacción del contribuyente. Al mismo tiempo consintió efectuar un nuevo sistema donde se fortifique las variables de la investigación.

Justificación Metodológica

Se manejó el diseño descriptivo correlacional y transversal para especificar todo lo concerniente a la Cultura tributaria y Satisfacción del contribuyente, en el cual se consiguió efectos importantes, para las empresas.

Justificación Social

El estudio es trascendente ya que permitió que las entidades, conozcan la aplicación de la teoría y los conceptos sobre cultura tributaria, para promover el acatamiento 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 significativo a través de sus instituciones con sus programas, ejecutan e inspeccionan las labores concretas en lo que a recaudación se refiere.

1.3. 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. La importancia de la cultura tributaria en nuestro país y su influencia en la economía nacional. si el pueblo sintiera que sus autoridades lo aman, pues le darían mayor confianza y credibilidad al gobierno. En esas condiciones es prudente proponerle al pueblo una Cultura Tributaria donde todos paguemos impuestos sin excepción desde el que tiene una latita y pide limosna hasta la empresa más poderosa. Ningún peruano debe estar exceptuado por ninguna razón de pagar sus impuestos. Para llevar adelante la Cultura Tributaria basada en los valores de vida, se tendrán que cambiar algunas leyes y aprobar otras. La cultura tributaria es la base para la recaudación y el sostenimiento del país. El elevado nivel de conciencia tributaria hará de nuestro Perú, un país diferente con muchas oportunidades de progreso para nuestros hijos donde se reduzca o anule la evasión tributaria.

1.3.1. Formulación del problema

1.3.1.1. Problema General

¿De qué manera la cultura tributaria se relaciona con la satisfacción del contribuyente, en la Municipalidad Provincial de Huaraz, Huaraz-2018?

1.4. CONCEPTUACIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

1.4.1. Conceptualización

Cultura Tributaria

La cultura tributaria es el conjunto de conocimientos, percepciones, actitudes y prácticas de conducta de una sociedad o de un grupo social respecto a la tributación. (Estrada, 2014)

La cultura tributaria consiste en el nivel de conocimiento que tienen los individuos de una sociedad acerca del sistema tributario y sus funciones. Es necesario que todos los ciudadanos de un país posean una fuerte cultura tributaria para que puedan comprender que los tributos son recursos que recauda el Estado en carácter de administrador, pero en realidad esos recursos le pertenecen a la población, por lo tanto, el Estado se los debe devolver prestando servicios públicos (por ejemplo: hospitales, colegios, postas, etc.). la falta de cultura tributaria lleva a la evasión. (Valencia, 2010).

La satisfacción del contribuyente

En la actualidad, lograr la plena “satisfacción del cliente” es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la “mente” de los clientes y por ende, en el mercado meta. Por ello, el objetivo de mantener “satisfecho a cada cliente” ha traspasado las fronteras del departamento de mercadotecnia para constituirse en uno de los principales objetivos de todas las áreas funcionales (Producción, finanzas, recursos humanos, etc.) de las empresas exitosas.

Por este motivo, resulta de vital importancia que tanto mercadólogos, como todas las personas que trabajan en una empresa u organización, conozcan cuales son los beneficios de lograr la satisfacción del cliente, como definirla, cuales son los niveles de satisfacción, como se forman las expectativas en los clientes y en que consiste el rendimiento percibido, para que de esta manera, estén mejor capacitadas para coadyuvar activamente todas las tareas que apuntan a la tan anhelada satisfacción del cliente.

Kotler, y Armstrong, (2003) define la satisfacción del cliente como "el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas". Dicho de otra forma, “una sensación de

placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto (o los resultados esperados) con las expectativas de beneficios previos. Si los resultados son inferiores a las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si los resultados están a la altura de las expectativas, el cliente queda satisfecho.

Si los resultados superan las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado.”

1.4.2. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES DEFINICIÓN OPERACIONAL

Cultura Tributaria

Mediante el empleo de la escala valorativa de 13 ítems se determinará la correlación entre la Cultura Tributaria y Satisfacción del Contribuyente en la Municipalidad Provincial de Huaraz 2018, a través de sus dimensiones Conciencia Tributaria, Educación Tributaria, Cumplimiento Tributario, Difusión y orientación tributaria.

Dimensiones

Dimensión 1: Conciencia Tributaria

Según Alayo (2012), es en particular fruto de la relación, as mismo tiene una singularidad, entre los ciudadanos y su propio régimen político y gubernamental, podría concebirse como el entendimiento que el ciudadano tiene de la propia conciencia de los políticos y de los administradores de la cosa pública y que se constituye en el determinante de su comportamiento en términos tributarios.

Dimensión 2: Educación Tributaria

Según Delgado (2013) “La educación tributaria es la estrategia por excelencia para la formación de una cultura fiscal basada en el concepto de ciudadanía fiscal que implica asumir el cumplimiento de las obligaciones tributarias como contrapartida necesaria al legítimo ejercicio de los derechos cívicos”.

Dimensión 3: Cumplimiento Tributario

Según Delgado (2013) cito Roth et al. (1990) como cumplimiento tributario a la declaración correcta de la obligación tributaria en el momento apropiado y de

acuerdo a las regulaciones tributarias. Esta definición no asume nada a priori sobre las motivaciones de los contribuyentes por lo que el incumplimiento incluye una subdeclaración de ingresos debido tanto a un acto intencional como a una desinformación, confusión, negligencia o descuido.

Dimensión 4: Difusión y orientación tributaria

Según Ramos (2017) Según medio electrónico (Importancia una guía de ayuda). La difusión tributaria comprende la emisión, expansión, divulgación, circulación, así mismo, la difusión tributaria es la información total, transparente, el análisis riguroso. y planteamiento de todos los escenarios posibles donde se realiza la práctica tributaria y valoración crítica de conocimientos tributarios.

La difusión Tributaria como estrategia para incrementar la cultura tributaria serían:

- ✓ Diseñar y producir material, afiches, volantes, trípticos.
- ✓ Charla informativa
- ✓ Producir más notas de prensa
- ✓ Informar continuamente a la opinión pública en general sobre sus programas y proyectos; así como también, sobre sus logros, resultados y actividades
- ✓ Promover publicaciones y diálogos tributarios.

Indicadores:

1. Valores
2. Conocimientos
3. Actitudes
4. Capacitación
5. Pago de obligaciones tributarias
6. Charlas Informativas

b) Satisfacción del contribuyente

Mediante el empleo de la escala valorativa de 14 ítems se determinará la relación de la Cultura tributaria y la Satisfacción del contribuyente de la Municipalidad Provincial, Huaraz, 2019, a través de sus dimensiones Conciencia y responsabilidad, Disposición a resultados, Compromiso de personal.

Dimensiones:

Dimensión 1: Expectativas

Según Torres y Cartolini (2016) manifiesta que: “Son necesidades del usuario satisfacción con la personal satisfacción con el tiempo de demora.”

Dimensión 2: Factores de Fidelización

Según Rivero (2003) Un cliente si es fiel y leal a nuestra marca indica que va a volver a comprarnos y que va a recomendar nuestros productos y/o servicios a familiares y conocidos.

Dimensión 3: Fiabilidad

Según Torres y Cartolini (2016) manifiesta que: “El ser fiable hace que las empresas den una garantía, el servicio desde la primera vez, lo cual incluye la firmeza de actuación y confiabilidad, así también, la empresa brinda un compromiso de lo que promete, es dentro de esta dimensión, donde la empresa debe realizar una gestión de la información del cliente para que así le brinde un servicio con responsabilidad y puntualidad.”

Indicadores

1. Calidad percibida
2. Tiempo de respuesta
3. Relaciones humanas
4. Empatía
5. Respuesta
6. Veracidad
7. Nivel de con
8. fianza

MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

Variables	Definición Conceptual	Dimensión	Indicador	Ítem
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. Tortolero,(2017)	Conciencia Tributaria	Valores	1.
				2.
			Conocimientos	3.
				4.
			Actitudes	5.
				6.
		Educación Tributaria	Capacitación	7.
				8.
		Cumplimiento tributario	Pago de obligaciones tributarias	9.
				10.
		Difusión y orientación tributaria	Charlas informativas	11.
				12.
				13.
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. Cuadros,(2018)	Expectativa	Calidad percibida	14.
				15.
			Tiempo de respuesta	16.
		17.		
		Relaciones humanas		18.
				19.
		Factores de fidelización	Empatía	20.
				21.
			Respuesta	
		23.		
		Fiabilidad	Veracidad	24.
25.				
Nivel confianza			26.	
		27.		

1.5. Hipótesis

1.5.1. Hipótesis general

La cultura tributaria se relaciona significativamente con la satisfacción del contribuyente en la Municipalidad Provincial de Huaraz, Huaraz- 2018.

1.5.2 Hipótesis Específicas

- 1) La conciencia tributaria se relacionan significativamente con la satisfacción del contribuyente de la Municipalidad Provincial de Huaraz, Huaraz-2018.
- 2) La educación tributaria se relacionan significativamente con la satisfacción del contribuyente de la Municipalidad Provincial de Huaraz, Huaraz-2018.
- 3) El cumplimiento tributario se relaciona significativamente con la satisfacción del contribuyente de la Municipalidad Provincial de Huaraz, Huaraz-2018.
- 4) La difusión y orientación tributaria se relaciona significativamente con la satisfacción del contribuyente de la Municipalidad Provincial de Huaraz, Huaraz-2018.

1.6. OBJETIVO

1.6.1. Objetivo General

Determinar en qué medida la cultura tributaria se relaciona con la satisfacción del contribuyente en la Municipalidad Provincial de Huaraz, Huaraz-2018.

1.6.2. Objetivos Específicos

- 1.-Determinar si la cultura tributaria se relaciona con la satisfacción del contribuyente de la Municipalidad de Huaraz, Huaraz, 2018.
- 2.- Determinar si la conciencia tributaria se relaciona con la satisfacción del contribuyente de la Municipalidad Provincial de Huaraz, Huaraz, 2018.
- 3.- Determinar si la educación tributaria se relaciona con la satisfacción del contribuyente de la Municipalidad Provincial de Huaraz, Huaraz, 2018.
- 4.- Determinar si la difusión y orientación tributaria se relaciona con la satisfacción del contribuyente de la Municipalidad Provincial de Huaraz, Huaraz, 2018.

II. METODOLOGÍA

2.1. Tipo y diseño de investigación

Según Hernández (2010), “El Diseño radica en planear las operaciones a efectuar, por medio de ello obtener la pesquisa que se solicita en una investigación, con el propósito de invocar al esbozo de la dificultad.”

“La perspectiva de la indagación es cuantitativo, conformado por un conjunto de ordenamientos, que secuencialmente van a consentirnos probar las teorías pertinentes de la tesis. “(Hernández 2010).

Tipo de investigación

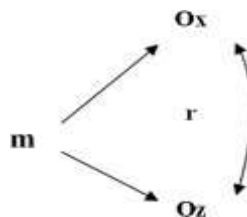
El tipo de investigación es de tipo básica.

Cuadros (2018) cita a Marín, (2008)“La investigación Básica requiere de un marco teórico y permanece en él, el propósito reside en enunciar nuevas teorías o cambiar las existentes, en desarrollar los conocimientos científicos o filosóficos”.

Diseño de Investigación

Baltazar y Ferre (2018) este diseño es no experimental, no se manipulo ninguna variable, solos del trabajo con los datos y acontecimientos encontrados, fue de corte transversal, ya que la investigación se desarrolló en el tiempo establecido.

El diseño realizado y estipulado diseño descriptivo no experimental, correlacional y transversal: tiene como propósito conocer la relación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular.



Donde:

M : Muestra

R : Relación

Ox: Variable independiente.

Oy : Variable dependiente.

2.2. Población –

Muestra

Población

Hernández (2010) "es el conjunto de todos los temas que convienen con una sucesión de descripciones" (p. 65). la población tienen una particularidad frecuente como medio de estudio que origina la información de la pesquisa. La población muestral constituida por los contribuyentes de la Municipalidad Provincial de Huaraz.

Muestra

Tamayo y Tamayo (2006), precisa la muestra como: "el grupo de estudio a los cuales se les va estudiar la distribución de explícitos caracteres en total de una población universo, o colectivamente de la indagación de una parte de la urbe estimada" (p. 176).

La población está conformada por los contribuyentes de la Municipalidad de Huaraz, el mismo que asciende a 15,307 Muestra 375 Contribuyentes La fórmula para determinar el tamaño de la muestra es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{(E^2(N-1) + Z^2 pq)}$$
$$n = \frac{1.96^2 (0.5)(0.5) * 15307}{(0.05)^2(15307 - 1) + 1.96^2 (0.5)(0.5)}$$

$$N = 375$$

Donde:

N = 15307 Número de contribuyentes de la Municipalidad Provincial de Huaraz,

Z = 1.96 = Nivel de confianza del 95%

E = 5 % = Error Estándar

p = 50 % probabilidad a favor

q = 50 % probabilidad en contra

n = 375 muestra

2.3. Técnicas e instrumentos de investigación

Técnicas de investigación

Se utilizará como método de recolección de datos la encuesta, según Córdova (2004):

La encuesta es una técnica que se efectúa por medio de métodos de interrogatorio, gestionando saber situaciones referentes a los grupos... Su uso contribuye una importante contribución a la indagación descriptiva, ya que con la observación se consiguen aprender las particularidades de un territorio, las conductas, circunstancias laborales, relaciones y otros semblantes de los individuos (p. 19).

Validez

La validez y confiabilidad manifiestan el modo en que el instrumento concuerda a las necesidades de la tesis, Hurtado (2012). La validez hace reseña al contenido de un instrumento para ponderar de forma demostrativa y apropiada el rasgo para cuyo cálculo ha estado delineado.

Confiabilidad

La teoría clásica, sustenta que cualquier medición que se concibe de un objeto material o psíquico traslada implícito cada falla; es decir, se considera que toda calificación que se consigue en un ensayo está formada por dos mecanismos añadidos, que son la calificación “auténtica” y el “error” fortuito.

La calificación auténtica se precisa como “el valor medio de un dígito inmenso de la administración de un ensayo a la misma persona (Thorndike, 1989; Kerlinger, 2002). El análisis de la fiabilidad se consiguió mediante la estadística del Alpha de Cronbach de acuerdo a las variables de la tesis a fin de conseguir un valor confiable que avale los resultados estadísticos conseguidos.

Hernández, et al (2010), reflexiona que la fiabilidad de las herramientas (cuestionario) es un proceso de medición que mide el nivel de relación entre las dos variables, son confiables.

Dónde:

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

$\sum S_i^2$: Sumatoria de varianza de los ítems

K : Número de ítems

S_T^2 : Varianza de la suma de los ítems

α : Coeficiente de Alfa de Cronbach

2.4.- Procesamiento y análisis de información

Quezada (2010) reflexiona “para efectuar un examen de datos es necesario utilizar técnicas y ordenamientos que consientan establecer de modo metódico el proceso de simbolización, tabulación, comprobación y examen de acuerdo a las variables y dimensiones de la monografía.

Análisis descriptivo

Se basó en la aplicación de estadística descriptiva de cada una de las variables, que nos permite realizar el análisis de la variable y sus dimensiones, luego la estadística entre las dos variables, que nos permitirá realizar la relación entre dimensiones con el objetivo de determinar la asociación entre ellas.

Análisis inferencial

Consistió en determinar la procedencia de los datos de estudio, para lo cual se aplicó la prueba de rho de Spearman.

Instrumento

El instrumento utilizado fue el cuestionario. Referente a ello Córdova (2004) nos expresa: “Un cuestionario, en sentido exacto, es un método de asuntos racionales, metódicas de forma relacionada, a partir del punto de vista lógico como psíquico, aludidas en un vocablo originario e indiscutible, que corrientemente reconoce por

escrito a la persona sondeada, sin que sea necesaria la intervención de un encuestador”. (p.29).

Hernández, Fernández y Baptista (2014), el Escalonamiento de Likert es:

Un conjunto de ítems que se expresan en forma de aseveraciones para computar la renuencia del subordinado en tres, cinco o siete categorías. Es decir, se muestra cada aseveración y se requiere al individuo que exagere su renuencia prefiriendo uno de los cinco puntos o categorías de la escala, a cada punto se le fija un valor numérico (p.238).

III. RESULTADOS

Descripción de los resultados de acuerdo a los Objetivos específicos

Respecto al Objetivo Especifico 1:

Tabla 1

Correlación entre, la conciencia tributaria se relaciona significativamente con la satisfacción del contribuyente de la Municipalidad Provincial de Huaraz, Huaraz-2018.

			La Satisfacción de los contribuyentes
Rho de Spearman	de Conciencia Tributaria	Coeficiente de correlación de 1,000	,507**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	375

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

Interpretación:

Según el método estadístico de correlación de Rho de Spearman, se refleja que el coeficiente (Rho= 0.507), entre La conciencia tributaria y la satisfacción de los contribuyentes, analizando como una correlación positiva moderada. Según Santos, G. (2017), comprobando que, entre la Conciencia tributaria y La Satisfacción del contribuyente, se encuentran asociadas y una depende de la otra.

En conclusión, a ejecutar la prueba de hipótesis se analizó el valor de la significancia obtenida, dio como resultados un valor de significación= 0,000 ubicado por debajo del valor 1 % de margen de error de 0,01 por consiguiente existe bastante certeza estadística para testificar que la conciencia tributaria y la satisfacción del contribuyente, de este modo se rechaza la hipótesis nula.

Respecto al Objetivo Especifico 2:

Tabla 2

Correlación entre la educación tributaria y la satisfacción del contribuyente de la Municipalidad Provincial de Huaraz, Huaraz-2018.

			La satisfacción del contribuyente
Rho de Spearman	de Educación tributaria	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	375
			1,000**
			-
			375

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

Según el método estadístico de correlación de Rho de Spearman, se refleja que el coeficiente (Rho= 1.000), entre la educación tributaria y la satisfacción del contribuyente, analizando como una correlación positiva alta. Según Santos (2017), comprobando que entre educación tributaria y la satisfacción del contribuyente, se encuentran asociadas y una depende de la otra.

En conclusión, a ejecutar la prueba de hipótesis se analizó el valor de la significancia obtenida, dio como resultados un valor de significación= 0,000 ubicado por debajo del valor 1 % de margen de error de 0,01 por consiguiente existe bastante certeza estadística para testificar que la educación tributaria con la satisfacción del contribuyente de este modo se rechaza la hipótesis nula.

Respecto al Objetivo Especifico 3:

Tabla 3

Correlación entre cumplimiento tributario y la satisfacción del contribuyente de la Municipalidad Provincial de Huaraz, Huaraz-2018.

			La satisfacción del contribuyente
Rho de Spearman	Cumplimiento tributario	Coeficiente de correlación	,648**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	375

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

Según el método estadístico de correlación de Rho de Spearman, se refleja que el coeficiente (Rho= 0.648), entre Cumplimiento tributario y la satisfacción del contribuyente, analizando como una correlación positiva muy alta. Según Santos (2017), comprobando que entre Cumplimiento tributario y la satisfacción del contribuyente, se encuentran asociadas y una depende de la otra.

En conclusión, a ejecutar la prueba de hipótesis se analizó el valor de la significancia obtenida, dio como resultados un valor de significación= 0,000 ubicado por debajo del valor 1 % de margen de error de 0,01 por consiguiente existe bastante certeza estadística para testificar que cumplimiento tributario con la satisfacción del contribuyente, de este modo se rechaza la hipótesis nula.

Respecto al Objetivo Especifico 4:

Tabla 4

Correlación entre: difusión y orientación tributaria y la satisfacción del contribuyente de la Municipalidad Provincial de Huaraz, Huaraz-2018.

				La satisfacción del contribuyente
Rho	Difusión y orientación tributaria	Coefficiente	1,000	,754**
de Spearman		de correlación		
n		Sig. (bilateral)	.	,003
		N	375	375

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

Según el método estadístico de correlación de Rho de Spearman, se refleja que el coeficiente (Rho= 0.754)entre Difusión y orientación tributaria y la satisfacción del contribuyente, analizando como una correlación positiva alta. Según Santos, G. (2017), comprobando que, entre la difusión y orientación tributaria y la satisfacción del contribuyente, se encuentran asociadas y una depende de la otra.

En conclusión, a ejecutar la prueba de hipótesis se analizó el valor de la significancia obtenida, dio como resultados un valor de significación= 0,000 ubicado por debajo del valor 1 % de margen de error de 0,01 por consiguiente existe bastante certeza estadística para testificar que la difusión y orientación tributaria con la satisfacción del contribuyente de este modo se rechaza la hipótesis nula.

IV. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

De los resultados encontrados de acuerdo a los objetivos se va a discutir:

Según el método estadístico de correlación de Rho de Spearman, se refleja que el coeficiente ($Rho = 0.507$), entre la conciencia tributaria y la satisfacción del contribuyente, analizando como una correlación positiva moderada, Según Santos (2017), comprobando que entre conciencia tributaria y la satisfacción del contribuyente, se encuentran asociadas y una depende de la otra. Según el investigador Daga, (2016) en sus resultados encontrados nos detalla que La tabla 6 y figura 2, muestran que el 90% de los contribuyentes del Sector Miguel Grau del AA.HH. Asunción 8, tienen un nivel de conocimientos medio sobre tributación municipal, el 8.6% tiene un buen nivel de conocimientos y el 1.4% un bajo nivel. Así mismo Daga, (2016) nos manifiesta que La tabla 8 y figura 5 muestran que en cuanto los conocimientos sobre contribución, el 74, 3% de los contribuyentes del Sector Miguel Grau del AA.HH. Asunción 8, posee un nivel medio, mientras que el 21,4% un buen nivel y el 4.3% un nivel bajo acerca de los impuestos por obras públicas y actividades estatales.

Según el método estadístico de correlación de Rho de Spearman, se refleja que el coeficiente ($Rho = 1.000$), entre la educación tributaria y la satisfacción del contribuyente, analizando como una correlación positiva muy alta. Según Santos (2017), comprobando que, entre la educación tributaria y la satisfacción del contribuyente, se encuentran asociadas y una depende de la otra. Según el investigador Chambilla y Merino (2017) nos detalla que Estas afirmaciones las podemos corroborar en la Tabla 8, con el indicador de correlación de Spearman que responde a 0,720 entre

las variables capacitación y calidad del servicio de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Zorritos, es decir existe una correlación directa y positiva entre las variables de estudio. Torres y Cartolin (2016). “La capacidad de respuesta de los servidores se relaciona directa y significativamente con la satisfacción de los contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Huancayo – 2016, demostrado mediante la $r = 0,697 > 0,5$; $R^2 = 0,486 \geq 0,05$ y el nivel de Sig. = $0,000 < 0,05$.”

Según el método estadístico de correlación de Rho de Spearman, se refleja que el coeficiente (Rho= 0.648), entre cumplimiento tributario y la satisfacción del contribuyente, analizando como una correlación positiva muy alta. Según Santos (2017), comprobando que entre cumplimiento tributario y la satisfacción del contribuyente, se encuentran asociadas y una depende de la otra. Según el investigador Amasifuen (2015) cito a León, (2009) creando una idea clara sobre la importancia de pagar los tributos, para crear una sólida cultura solida debemos hacerlo con un fuerte enlace con los valores éticos y morales, rescatando al individuo y su conciencia como categorías supremas, otorgándole sentido de responsabilidad, civismo, y pertenencia, humanismo, valoración del trabajo y de la austeridad. Además, una fuerte y definitiva relación de corresponsabilidad entre ciudadanos y estado.

Según el método estadístico de correlación de Rho de Spearman, se refleja que el coeficiente (Rho= 0.648), entre la difusión y orientación tributaria y la satisfacción del contribuyente, analizando como una correlación positiva muy alta. Según Santos (2017), comprobando que, entre la difusión y orientación tributaria y la satisfacción de

los contribuyentes, se encuentran asociadas y una depende de la otra. Según los estudiosos Gómez, y Macedo, (2008) sobre el tema específico nos manifiestan que se tiene que insertar la educación básica de los estudiantes para crear conciencia tributaria a los futuros contribuyentes y de ahí partir que cumplirán moralmente con sus obligaciones. Así mismo Chujutalli, y Ormeño (2020), en su estudio nos detallan que la Municipalidad debería diseñar un programa de cultura tributaria que llegue a la mayoría de contribuyentes y sepan cuanto se recauda en el gobierno local y cuál sería su uso y no crear incertidumbre al momento de realizar sus pagos de tributos.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

De las pruebas realizadas alcanzamos a concluir:

Primera: Existe relación significativa entre la conciencia tributaria y la satisfacción del contribuyente en la Municipalidad Provincial de Huaraz, Huaraz, 2018. debido a la correlación de Spearman que devuelve un valor de 0.507, representando una positiva moderada asociación.

Segunda: Existe relación significativa entre la educación tributaria y la satisfacción del contribuyente, en la Municipalidad Provincial de Huaraz, Huaraz, 2018, debido a la correlación de Spearman que devuelve un valor de 1.000, representando una positiva muy alta asociación.

Tercera: Existe relación significativa entre el cumplimiento tributario y la satisfacción del contribuyente en la Municipalidad Provincial de Huaraz, Huaraz, 2018, la correlación de Spearman que devuelve un valor de 0.648, representando una positiva modera asociación.

Cuarta: Existe relación significativa entre la difusión y orientación tributaria y la satisfacción del contribuyente en la Municipalidad Provincial de Huaraz, Huaraz, 2018, debido a la correlación de Spearman que devuelve un valor de 0.612, representando una positiva moderada asociación.

5.2. Recomendaciones

Primero: Se recomienda seguir con la capacitación en post de la mejora continua del personal de la Municipalidad Provincial, con el propósito de mantener el buen servicio y tener satisfechos a los contribuyentes.

Segundo: Exhortar a la institución de implementar un programa de difusión tributaria para generar un compromiso de parte de los contribuyentes y por ende mayores recursos para la Municipalidad, por la incertidumbre y desconocimiento cual es uso después de realizar sus pagos de tributos.

Tercero: Sugerir una mejor planificación y uso de los recursos recaudados por medio de los tributos y se realicen las obras en bienestar de la ciudadanía y así crear un clima de estabilidad y una cultura tributaria que satisfaga a los contribuyentes.

VI. Referencias bibliográficas

- Alayo, C. (2012) Generación de Conciencia tributaria y su influencia de recaudación de tributos de las pymes en el distrito de los Olivos – Lima (2012). Recuperado de: https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/3333/alayo_carlospdf?sequence=1&isAllowed=y
- Amasifuen, M. (2015) Importancia de la cultura tributaria en el Perú – Revistas UPeU. [https://revistas.upeu.edu.pe › article › view](https://revistas.upeu.edu.pe/article/view)
- Baltazar, M. y Ferre, M. (2018). Cultura tributaria y su influencia en la recaudación del impuesto predial en la Municipalidad Distrital de Chicama, año 2017. Recuperado de: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/26775/baltazar_sm.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Castro, J. (2018), ¿Factores que influyen en la evasión y elusión tributaria de las empresas constructoras en la ciudad de Huaraz periodo 2010 – 2013. Recuperado de: http://repositorio.unasam.edu.pe/bitstream/handle/UNASAM/2909/T033_31621322_D.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Campos, K. (2019) La administración tributaria y su relación con la recaudación del impuesto predial en la Municipalidad Provincial de Tocache, periodo: 2016–2017. Recuperado de: https://repositorio.unas.edu.pe/bitstream/handle/UNAS/1629/TS_KKCC_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Chambilla, Y. y Merino, F. (2017) Capacitación de los trabajadores y calidad del servicio en la municipalidad distrital de zorritos, región tumbes, 2017. Recuperado de: [LAZOhttp://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/UNITUMBES/319/TESIS%20-%20CHAMBILLA%20Y%20MERINO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/UNITUMBES/319/TESIS%20-%20CHAMBILLA%20Y%20MERINO.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Chujutalli, J. y Ormeño, C. (2020) Estrategias para incrementar la recaudación del impuesto predial en la municipalidad distrital del Rímac. Recuperado de: https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/2736/ChujutalliJhor_Tesis_maestria_2020.pdf?sequence=1
- Cuadros, K. (2018) Cultura tributaria y satisfacción de los Contribuyentes docentes de la universidad nacional José Faustino Sánchez Carrión, huacho 2017. Recuperado de: <http://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/UNFV/2513/CUADROS%20OGAMARRA%20KAREN%20ANNE%20-Maestr%3%ada.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Daga, R. (2016). Nivel de Conocimientos sobre Tributación Municipal de los contribuyentes según género y edad del Sector Miguel Grau del AA.H.H. Asunción 8, Distrito de Imperial, Cañete, 2016. Recuperado de : https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/14555/Daga_QRA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Delgado, R. (2013) La educación tributaria como medida para incrementar la recaudación fiscal en la ciudad de Chota- 2013 Recuperado de : <https://repositorio.unc.edu.pe/handle/UNC/712>
- Gómez, L. y Macedo, J. (2008) La difusión de la cultura tributaria y su Influencia en el sistema educativo Peruano. <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe>
- Hernández S. & Baptista L. (2014). Metodología de la Investigación (Sexta Edición ed.). México: McGraw Hill Education.
- Huamán, R. (2015) Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Corongo, Recuperado de: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/11990/huaman_br.pdf?sequence=1
- Isuiza, K. (2017) Cultura tributaria y elusión de las normas tributarias de los comerciantes textiles del Emporio de Gamarra. Recuperado de:

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/15407/Isuiza_OKG.pdf?sequence=6&isAllowed=y

Kotler, P. y Armstrong, G. (2003) Fundamentos del marketing
https://books.google.com.pe/books/about/Fundamentos_de_marketing.html?hl=es&id=sLJXV_z8XC4C&redir_esc=y

Ministerio de Economía y Finanzas (2013) Memoria institucional 2013.
https://mef.gob.pe/contenidos/acerc_mins/doc_gestion/Memoria_MEF2013.pdf

Pedrozo, D. y Trujillo, M. (2018) Cultura tributaria y su incidencia en la recaudación del impuesto predial en la municipalidad distrital de independencia-Huaraz - periodo 2016-2017. Recuperado de:
http://repositorio.unasam.edu.pe/bitstream/handle/UNASAM/3454/T033_71983370_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ramos, Y. (2017) Análisis de las normas de control interno y su influencia en el logro de metas y objetivos de la oficina de abastecimiento de la universidad nacional del altiplano, Puno en los periodos 2014-2015. Recuperado de:
<http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/9878/Art%c3%adcu%20Cient%c3%adfico.pdf?sequence=2&isAllowed=y>.

Reyes, N. (2018) Gestión del talento humano y desempeño laboral del personal administrativo de la municipalidad distrital de Chancay, 2018. Recuperado de :
<http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/2846/Neil%20Cristhian%20Reyes%20Flores.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rivero, L. (2003) Factores de fidelización de clientes de operadores de telecomunicaciones en España. Recuperado de:
<https://eprints.ucm.es/id/eprint/5162/1/T27108.pdf>

Rojas, S. (2018) La capacitación continua del personal administrativo y su incidencia en el desempeño laboral en la gestión municipal Del distrito de quellouno 2015-2016. Recuperado de:

http://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/UNSAAC/4393/253T20181050_TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Tarazona y Veliz de Villa (2016) Cultura tributaria en la formalización de las mypes, provincia de Pomabamba – Ancash año 2013 (caso: micro empresa t&l s.a.c.. Recuperado de :

<https://repositorio.uch.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12872/60/CULTURA%20TRIBUTARIA%20EN%20LA%20FORMALIZACION%20DE%20LAS%20MYPES%20DE%20LA%20PROVINCIA%20DE%20POMABAMBA%20ANCASH%20AÑO%202013.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Tortolero, M. (2017) La cultura tributaria en el pago del impuesto sobre inmuebles urbanos en el municipio Valencia del Estado Carabobo durante el año 2016. Recuperado de:

<http://mriuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/handle/123456789/5822/mtortolero.pdf?sequence=1>

Torres, K. y Cartolin, C. (2016) La calidad de servicio y la satisfacción de los contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Huancayo – 2016. Recuperado de :

http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/5416/T010_20051891_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Verde, A, et al. (2018) Calidad de servicio y satisfacción del contribuyente de la Municipalidad Distrital de Salaverry. Recuperado de: <https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/REDIES/article/view/2788>

VII. AGRADECIMIENTOS

A Dios, a mi madre y a mis docentes que me inculcaron el valor del estudio.

VIII. APÉNDICES Y ANEXOS

Anexos

CUESTIONARIO

Soy Bachiller del Programa de Estudio de administración de la Universidad San Pedro, y me encuentro efectuando una indagación con el objetivo de obtener información sobre Cultura Tributaria y Satisfacción del Contribuyente de la Municipalidad Provincial de Huaraz, 2018.; por tanto, solicito a usted su colaboración llenando el presente cuestionario.

INSTRUCCIONES:

- A. Marque usted la alternativa que usted elija, con una x o un aspa.
- B. Recuerde que este cuestionario es de forma anónima y podrá responder con total confianza y seguridad
- C. No deje de contestar ninguna pregunta. Si tiene duda favor de consultar con el encargado del cuestionario

PARTE I

PREGUNTAS DE CONTROL:

- 1) **¿Qué tipo de Servidor es usted?**
 - a) De planta ()
 - b) Contratado ()
- 2) **Sexo**
 - a) Masculino ()
 - b) Femenino ()
- 3) **Edad**
 - a) 18- 20 ()
 - b) 21-25 ()
 - c) 26-30 ()
 - d) 31-36 ()
- 4) **Ocupación:**
 - a) Secretario ()
 - b) Asistente ()
 - c) Especialista ()
 - d) Analista ()
- e) Otros, especifique. ____
- 5) **Estado civil**
 - a) Soltero ()
 - b) Casado ()
 - c) Viudo ()
 - d) Divorciado ()
 - e) Conviviente ()
- 6) **¿En qué lugar de la ciudad de Huaraz reside usted?**
 - a) En el centro de la ciudad ()
 - b) En la zona urbana ()
 - c) En urbanizaciones ()
 - d) En Asentamientos humanos ()

PARTE II

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi Siempre	Siempre

VARIABLE 1 : CULTURA TRIBUTARIA						
N°	ITEMS					
1	¿Considero que soy una persona con valores?					
2	¿Pongo en práctica mis valores en mi vida diaria?					
3	¿Tengo conocimientos sobre mis deberes tributarios municipales?					
4	¿Considero la gran importancia que tiene el cumplir con los tributos municipales?					
5	¿A principios de cada año planifico el pago de mis tributos municipales?					
6	¿Mantengo conversaciones sobre la importancia de cumplir con nuestras obligaciones tributarias al municipio?					
7	¿He sido capacitado sobre el cumplimiento de los tributos municipales?					
8	¿El estado se ha encargado de capacitarnos sobre nuestros deberes y obligaciones para con el municipio?					
9	¿He cumplido con pagar mis tributos al municipio en el presente año?					
10	¿Es de suma importancia pagar los tributos municipales a principio de cada año?					
11	¿Considero que la municipalidad se preocupa por el pago de tributos de sus contribuyentes?					
12	¿El municipio difunde brinda charlas informativas para hacer de conocimiento a la población la importancia que tiene el tributar?					
13	¿Cuándo acudo a la entidad me brindan la orientación adecuada para realizar el pago de mis tributos?					

VARIABLE 2 : SATISFACCION DE LOS CONTRIBUYENTES

N°	ITEMS	1	2	3	4	5
14	¿La atención que brinda y las obras que ejecuta la entidad es decalidad?					
15	¿Me siento satisfecho con la adecuada administración de recursos querealiza el municipio?					
16	¿Las obras que realiza la entidad son de acuerdo a lo planificado?					
17	¿La entidad hace uso adecuado de los recursos que recauda durante el transcurso de cada año fiscal?					
18	¿Soy atendido con la mayor cordialidad que merezco?					
19	¿Los trabajadores interrelacionan adecuadamente para resolver mis problemas?					
20	¿Soy atendido con la mayor cordialidad que merezco?					
21	¿El personal que me atiende está capacitado para hacerlo?					
22	¿La entidad cumple con el manejo adecuado de los recursos recaudados de los tributos?					
23	¿Se puede evidenciar la cantidad de obras ejecutadas por el municipio?					
24	¿La entidad cumple con realizar las obras planificadas en el presupuesto participativo?					
25	¿Se han concretado los beneficios tributarios ofrecidos por el municipio?					
26	¿Confío en el uso adecuado que realiza el municipio con el pago de mis tributos municipales?					
27	¿Tengo la plena convicción de que si tributamos, la entidad ejecutará más y mejores obras en beneficio de nosotros?					

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	OBJETO DE ESTUDIO	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN
<p>Cultura tributaria y la Satisfacción del contribuyente, Municipalidad Provincial de Huaraz, Huaraz,2018.</p>	<p>De qué manera la cultura tributaria se relaciona con la satisfacción del contribuyente en la Municipalidad Provincial de Huaraz, Huaraz, 2018?</p>	<p>Objetivo General:</p> <p>Analizar y determinar de qué manera la cultura tributaria se relaciona con la satisfacción del contribuyente, en la Municipalidad Provincial de Huaraz, Huaraz, 2018.</p>	<p>Hipótesis General:</p> <p>La cultura tributaria se relaciona significativamente con la satisfacción del contribuyente en la Municipalidad Provincial de Huaraz,2018.</p>	<p>La cultura tributaria y la satisfacción del contribuyente en la Municipalidad Provincial de Huaraz, 2018</p>	<p>Diseño: Descriptivo, no experimental, correlacional de corte transversal.</p> <div style="text-align: center;"> <pre> graph LR M --- O1 M --- O2 O1 --- r O2 --- r r --> Arrow[] </pre> </div>
		<p>Objetivos Específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.-Determinar si la cultura tributaria se relaciona con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad de Huaraz, Huaraz, 2018. 2.- Determinar si la conciencia tributaria se relaciona con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Provincial de Huaraz, Huaraz, 2018. 3.- Determinar si la educación tributaria se relaciona con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Provincial de Huaraz, Huaraz, 2018. 4.- Determinar si la difusión y orientación tributaria se relaciona con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Provincial de Huaraz, Huaraz, 2018 	<p>Hipótesis específicas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) La conciencia tributaria se relacionan significativamente con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Provincial de Huaraz, Huaraz-2018. 2) La educación tributaria se relacionan significativamente con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Provincial de Huaraz, Huaraz-2018. 3) El cumplimiento tributario se relaciona significativamente con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Provincial de Huaraz, Huaraz-2018. 4) La difusión y orientación tributaria se relaciona significativamente con la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Provincial de Huaraz, Huaraz-2018. 		

Población: 15307 contribuyentes

Muestra: 375 contribuyentes

Técnicas recolección de datos:
Encuestas

Instrumentos: Cuestionario

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE CULTURA TRIBUTARIA

Variables	Definición Conceptual	Dimensión	Indicador	Ítem
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. (Tortolero, 2017)	Conciencia Tributaria	Valores	1. ¿Tengo conocimientos sobre mis deberes tributarios municipales?
				2. ¿Considero la gran importancia que tiene el cumplir con los tributos municipales?
			Conocimientos	3. ¿Considero que soy una persona con valores?
				4. ¿Pongo en práctica mis valores en mi vida diaria?
			Actitudes	5. ¿Tengo conocimientos sobre mis deberes tributarios municipales?
				6. ¿Considero la gran importancia que tiene el cumplir con los tributos municipales?
		Educación Tributaria	Capacitación	7. ¿He sido capacitado sobre el cumplimiento de los tributos municipales?
				8. ¿El estado se ha encargado de capacitarnos sobre nuestros deberes y obligaciones para con el municipio?
		Cumplimiento tributario	Pago de obligaciones tributarias	9. ¿He cumplido con pagar mis tributos al municipio en el presente año?
				10. ¿Es de suma importancia pagar los tributos municipales a principios de cada año?
		Difusión y orientación tributaria	Charlas informativas	11. ¿Considero que la municipalidad se preocupa por el pago de tributos de sus contribuyentes?
				12. ¿El municipio difunde brinda charlas informativas para hacer de conocimiento a la población la importancia que tiene el tributar?
				13. ¿Cuándo acudo a la entidad me brindan la orientación adecuada para realizar el pago de mis tributos?

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN VARIABLE SATISFACCION DEL CONTRIBUYENTE

Variables	Definición Conceptual	Dimensión	Indicador	Ítem
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. (Cuadros, 2018)	Expectativa	Calidad percibida	14. ¿La atención que brinda y las obras que ejecuta la entidad es decalidad?
				15. ¿Me siento satisfecho con la adecuada administración de recursos querealiza el municipio?
			Tiempo de respuesta	16. ¿Las obras que realiza la entidad son de acuerdo a lo planificado?
				17. ¿La entidad hace uso adecuado de los recursos que recauda durante el transcurso de cada año fiscal?
			Relaciones humanas	18. ¿Soy atendido con la mayor cordialidad que merezco?
				19. ¿Los trabajadores interrelacionan adecuadamente para resolver mis problemas?
		Factores de fidelización	Empatía	20. ¿Soy atendido con la mayor cordialidad que merezco?
				21. ¿El personal que me atiende está capacitado para hacerlo?
			Respuesta	22. ¿La entidad cumple con el manejo adecuado de los recursos recaudados de los tributos?
				23. ¿Se puede evidenciar la cantidad de obras ejecutadas por el municipio?
		Fiabilidad	Veracidad	24. ¿La entidad cumple con realizar las obras planificadas en el presupuesto participativo?
				25. ¿Se han concretado los beneficios tributarios ofrecidos por el municipio?
			Veracidad Nivel confianza	26. ¿Confío en el uso adecuado que realiza el municipio con el pago de mis tributos municipales?
27. ¿Tengo la plena convicción de que si tributamos, la entidad ejecutará más y mejores obras en beneficio de nosotros?				

CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO CUESTIONARIO TOMA DE DECISIONES

Prueba de confiabilidad – Alfa De Crombach

I. Datos informativos:

1. Tesista: Asencios Requez Jhoel Jheferson
2. Muestra Piloto: 10
3. Número de ítems: 13
4. Número de unidades muestrales: 10

Datos recolectados: ANÁLISIS DE LA PRUEBA PILOTO PARA PROBAR LA CONFIABILIDAD DEL CUESTIONARIO DE CULTURA TRIBUTARIA

	Variable dimension item	Item/Reactivos/Preguntas													SUMA
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
nº de encuestados	1	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	57
	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	42
	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	5	4	48
	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	40
	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	51
	6	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	5	57
	7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
	8	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	34
	9	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	51
	10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
Varianzas		0.16	0.41	0.44	0.24	0.44	0.44	0.61	0.64	0.41	0.44	0.81	0.64	0.81	
Sumatoria de Varianzas		6.49													
Varianza de la suma de Item		56.49													

CALCULO DEL COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD:			
$\alpha = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum S^2 \text{Items}}{\sum S^2 T} \right)$			
$\alpha =$	$\frac{13}{12}$	1-	$\frac{6.49}{56.49}$
$\alpha =$	1.0833	1-	0.1149
$\alpha =$	1.0833	0.8851	
$\alpha =$		0.959	

II. Resumen del procesamiento de los casos

	N	%
Casos Valido	10	100,0
Excluido	0	,0
Total	10	100,0

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

III. Estadísticos de fiabilidad

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,956	13

IV. Interpretación

La prueba de confiabilidad de Alfa de Cronbach para los funcionarios del cuestionario de toma de decisiones, obtuvo un coeficiente de 0.956 demostrando que existe una confiabilidad alta en el instrumento.

CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO CUESTIONARIO TOMA DE DECISIONES

Prueba de confiabilidad – Alfa De Crombach

I. Datos informativos:

1. Tesista: Asencios Requez Jhoel Jheferson
2. Muestra Piloto: 10
3. Número de ítems: 14
4. Número de unidades muestrales: 10

Datos recolectados ANÁLISIS DE LA PRUEBA PILOTO PARA PROBAR LA CONFIABILIDAD DEL CUESTIONARIO DE SATISFACCION DE LOS CONTRIBUYENTES

	Variable dimension item	Item/Reactivos/Preguntas														SUMA
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
nº de encuestados	1	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	57
	2	3	4	2	2	1	1	3	3	3	3	4	4	3	3	39
	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	49
	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	43
	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
	6	3	3	2	2	2	2	4	5	5	5	4	5	4	4	50
	7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42
	8	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	37
	9	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	3	51
	10	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	49
Varianzas	0.16	0.24	0.69	0.69	0.8	0.89	0.44	0.44	0.61	0.64	0.16	0.41	0.44	0.24		
Sumatoria de Varianzas	6.85															
Varianza de la suma de Item	41.81															

CALCULO DEL COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum S^2 \text{Items}}{\sum S^2 \text{Total}} \right)$$

$$\alpha = \frac{14}{14-1} \left(1 - \frac{6.85}{41.81} \right)$$

$$\alpha = \frac{14}{13} \left(1 - 0.1638 \right)$$

$$\alpha = \frac{14}{13} \left(0.8362 \right)$$

$$\alpha = 0.9005$$

II. Resumen del procesamiento de los casos

	N	%
Casos Valido	10	100,0
Excluido	0	,0
Total	10	100,0

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

III. Estadísticos de fiabilidad

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,9005	14

IV. Interpretación

La prueba de confiabilidad de Alfa de Cronbach para los funcionarios del cuestionario de toma de decisiones, obtuvo un coeficiente de 0.9005 demostrando que existe una confiabilidad alta en el instrumento.

BASE DE DATOS
CONFIABILIDAD ALFA DE CRONBACH

Variable dimension item	CULTURA TRIBUTARIA													SATISFACCION DEL CONTRIBUYENTE													SUMA	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26		27
	nº	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25		26
1	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	114
2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	2	2	1	1	3	3	3	3	4	4	3	3	81
3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	97
4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	83
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	107
6	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	5	3	3	2	2	2	2	4	5	5	5	4	5	4	4	107
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	81
8	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	71
9	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	3	102
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	101
11	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	111
12	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	105
13	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	78

14	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	92
15	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	89
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84
17	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	123
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	107
19	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	5	3	3	2	2	2	2	4	5	5	5	4	5	4	4	107
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	81
21	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	71
22	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	3	102
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	101
24	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	111
25	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	105
26	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	78
27	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	92
28	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	89
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84
30	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	5	3	3	2	2	2	2	4	5	5	5	4	5	4	4	107
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	81
32	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	5	3	3	2	2	2	2	4	5	5	5	4	5	4	4	107

90	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	71	
91	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	3	102	
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	101	
93	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	111	
94	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	105	
95	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	78
96	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	92	
97	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	89	
98	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84	
99	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	123	
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	107	
101	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	5	3	3	2	2	2	2	4	5	5	5	4	5	4	4	107	
102	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	81	
103	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	71	
104	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	3	102	
105	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	101	
106	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	111	
107	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	105	
108	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	78

109	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	92
110	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	89
111	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84
112	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	5	3	3	2	2	2	2	4	5	5	5	4	5	4	4	107
113	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	81
114	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	5	3	3	2	2	2	2	4	5	5	5	4	5	4	4	107
115	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	81
116	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	71
117	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	3	102
118	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	5	5	4	4	4	4	4	5	102
119	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	81
120	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	71
121	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	78
122	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	92
123	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	89	
124	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	114
125	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	2	2	1	1	3	3	3	3	4	4	3	3	81
126	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	97
127	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	83

147	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	111	
148	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	105	
149	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	78	
150	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	92	
151	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	89	
152	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84	
153	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	5	3	3	2	2	2	2	4	5	5	5	4	5	4	107	
154	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	81	
155	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	5	3	3	2	2	2	2	4	5	5	5	4	5	4	107	
156	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	81	
157	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	71	
158	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	102	
159	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	5	5	4	4	4	4	4	102	
160	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	81	
161	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	71
162	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	78	
163	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	92	
164	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	89	
165	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	114	

185	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	71
186	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	3	102
187	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	101
188	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	111
189	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	105
190	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	78
191	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	92
192	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	89
193	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84
194	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	5	3	3	2	2	2	2	4	5	5	5	4	5	4	4	107
195	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	81
196	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	5	3	3	2	2	2	2	4	5	5	5	4	5	4	4	107
197	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	81
198	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	71
199	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	3	102
200	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	5	5	4	4	4	4	4	5	102
201	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	81
202	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	71
203	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	78

204	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	92
205	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	89
206	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	114
207	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	2	2	1	1	3	3	3	3	4	4	3	3	81
208	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	97
209	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	83
210	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	107
211	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	5	3	3	2	2	2	2	4	5	5	5	4	5	4	4	107
212	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	81
213	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	71
214	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	3	102
215	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	101
216	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	111
217	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	105
218	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	78
219	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	92
220	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	89
221	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84
222	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	123

223	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	107
224	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	5	3	3	2	2	2	2	4	5	5	5	4	5	4	4	107
225	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	81
226	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	71
227	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	3	102
228	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	101
229	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	111
230	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	105
231	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	78
232	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	92
233	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	89
234	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84
235	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	5	3	3	2	2	2	2	4	5	5	5	4	5	4	4	107
236	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	81
237	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	5	3	3	2	2	2	2	4	5	5	5	4	5	4	4	107
238	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	81
239	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	71
240	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	3	102
241	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	5	5	4	4	4	4	4	5	102

242	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	81
243	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	71
244	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	78
245	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	92
246	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	89
247	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	114
248	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	2	2	1	1	3	3	3	3	4	4	3	3	81
249	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	97
250	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	83
251	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	107
252	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	5	3	3	2	2	2	2	4	5	5	5	4	5	4	4	107
253	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	81
254	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	71
255	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	3	102
256	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	101
257	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	111
258	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	105
259	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	78
260	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	92

280	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	71
281	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	3	102
282	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	5	5	4	4	4	4	4	5	102
283	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	81
284	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	71
285	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	78
286	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	92
287	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	89
288	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	114
289	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	2	2	1	1	3	3	3	3	4	4	3	3	81
290	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	97
291	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	83
292	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	107
293	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	5	3	3	2	2	2	2	4	5	5	5	4	5	4	4	107
294	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	81
295	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	71
296	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	3	102
297	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	101
298	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	111

299	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	105	
300	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	78
301	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	92
302	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	89
303	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84
304	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	123
305	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	107
306	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	5	3	3	2	2	2	2	4	5	5	5	4	5	4	4	107
307	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	81
308	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	71
309	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	3	102
310	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	101
311	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	111
312	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	105
313	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	78
314	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	92
315	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	89
316	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84
317	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	5	3	3	2	2	2	2	4	5	5	5	4	5	4	4	107

318	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	81
319	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	5	3	3	2	2	2	2	4	5	5	5	4	5	4	4	4	107	
320	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	81
321	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	71	
322	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	5	3	102	
323	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	5	102	
324	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	81
325	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	71	
326	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	78	
327	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	92	
328	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	89		
329	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	114	
330	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	2	2	1	1	3	3	3	4	4	3	3	3	81		
331	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	97		
332	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	83	
333	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	107	
334	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	5	3	3	2	2	2	2	4	5	5	5	4	5	4	4	107		
335	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	81	
336	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	71	

337	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	3	102
338	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	101
339	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	111
340	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	105
341	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	78
342	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	92
343	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	89	
344	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84
345	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	123
346	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	107
347	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	5	3	3	2	2	2	2	4	5	5	5	4	5	4	4	107
348	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	81
349	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	71
350	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	3	102
351	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	101
352	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	111
353	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	105
354	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	78
355	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	92

356	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	89
357	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84
358	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	5	3	3	2	2	2	2	4	5	5	5	4	5	4	4	107
359	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	81
360	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	5	3	3	2	2	2	2	4	5	5	5	4	5	4	4	107
361	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	81
362	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	71
363	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	3	102
364	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	5	5	4	4	4	4	4	5	102
365	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	81
366	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	71
367	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	78
368	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	92
369	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	89
370	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	5	5	4	4	4	4	4	5	102
371	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	81
372	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	71
373	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	78
374	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	92

	375	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	89
Varianzas	###	###	###	###	###	###	###	###	###	###	###	###	###	###	###	###	###	###	###	###	###	###	###	###	###	###	###	###	
Sumatoria de Varianzas	13.50619022																												
Varianza de la suma de Item	187.549696																												

CALCULO DEL COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum S^2 \text{Items}}{\sum S^2 T} \right)$$

$$\alpha = \frac{27}{26} \quad 1 - \frac{14}{188}$$

$$\alpha = 1 \quad 1 - 0.1$$

$$\alpha = 1 \quad 0.9$$

$$\alpha = 0.964$$

