



13 Calle 2-60 Zona 10  
Topacio Azul. Oficina 201  
Tel (502) 23634938 52061962  
erwingomez@stcconsultoresguatemala.com

Informe de Resultados

**CONSULTORÍA DE DESARROLLO DE  
ENCUESTAS DE OPINIÓN PÚBLICA  
E IMAGEN INSTITUCIONAL  
NOG 16566696**

**Superintendencia de  
Administración Tributaria**

**SAT**

**Guatemala 9 agosto 2022**

# Índice

1.	Introducción.....	3
2.	Antecedentes .....	4
3.	Marco metodológico.....	6
4.	Resultados.....	12
	a) Total General.....	15
	b) Género.....	27
	c) Rango de Edad.....	40
	d) Nivel Académico.....	54
	e) Idioma.....	70
	f) Región.....	86
	g) Calidad con la que actúa.....	101
	h) Etnia.....	117
	i) Tipos de servicios.....	133
5.	Resumen de indicadores.....	146
6.	Análisis.....	151
7.	Conclusiones .....	170
8.	Recomendaciones.....	172
9.	Anexo.....	174

# 1. Introducción

La Superintendencia de Administración Tributaria es una entidad estatal descentralizada, con competencia y jurisdicción en todo el territorio nacional, para ejercer con exclusividad las funciones de administración tributaria, contenidas en la legislación. La Institución goza de autonomía funcional, económica, financiera, técnica y administrativa y cuenta con personalidad jurídica, patrimonio y recursos propios.

Es objeto de la SAT, ejercer con exclusividad las funciones de Administración Tributaria contenidas en el Decreto Número 1-98 del Congreso de la República de Guatemala, Ley Orgánica de la Superintendencia de Administración Tributaria.

## 2. Antecedentes

La Superintendencia de Administración Tributaria, comprometida con los valores institucionales, a través de la Intendencia de Atención al Contribuyente, tiene entre sus funciones evaluar periódicamente, mediante instrumentos y metodologías idóneas, el nivel de satisfacción y percepción de los contribuyentes con los servicios que ofrece la Administración Tributaria con la finalidad de propiciar las acciones correctivas que correspondan.

La consultoría se realizó como un aporte al cumplimiento del objetivo estratégico número 2, Facilitar a los contribuyentes el cumplimiento y el pago de sus obligaciones tributarias y aduaneras, contenido en el Plan Estratégico Institucional 2021-2025, derivado que es importante identificar la percepción y confianza de la población respecto a la Superintendencia de Administración Tributaria, motivo por el cual fue necesario llevar a cabo un estudio que permitiera conocer y medir la opinión pública a nivel nacional.

El estudio estuvo enfocado a conocer la percepción que los contribuyentes, usuarios y público en general tienen respecto a la Superintendencia de Administración Tributaria y a los servicios que presta; asimismo, con los resultados se tienen los elementos necesarios para diseñar las estrategias de mejora que correspondan.

# Objetivos

## **Objetivo General:**

Medir la percepción que los contribuyentes, usuarios y público en general tienen respecto a la Superintendencia de Administración Tributaria y a los servicios que presta.

## **Objetivo Específico:**

Cuantificar una serie de atributos, calificaciones y variables, con la finalidad de obtener una información certera y poder tomar las decisiones de mejoras, se evaluarán los siguientes temas:

1. Percepción e Imagen Institucional.
2. Medios de comunicación.
3. Perfil del entrevistado.

## 3. Marco Metodológico

Para el levantamiento de la información contamos con una plataforma web, la cual fue instalada en el servidor de internet (intranet o hosting), se pudo acceder desde cualquier navegador y permite varios usuarios simultáneos trabajando en la misma encuesta.

**Fechas de campo:** El levantamiento de la recopilación de datos se efectuó entre el lunes 2 de mayo y el jueves 16 de junio del 2022.

**Formulario:** STC Consultores Guatemala S.A., elaboró un formulario, el cual contó con una validación automática de datos, es decir si existen saltos en las preguntas que se efectuaron. El diseño estaba basado en bloques, contó con una edición e inclusión de múltiples registros, formulario de cuadrícula editable, relación muchos a muchos, entre otras características. El formulario cumplió con los objetivos de la consultoría.

**Dashboards:** Se creó un tablero con indicadores clave de rendimiento (KPI) que son relevantes para un propósito particular o proceso.

**Seguridad:** A través del Módulo de seguridad se generó el control completo de aplicaciones, los usuarios se crearon automáticamente, de tal manera que al finalizar una encuesta, automáticamente se generaba la siguiente encuesta.

**Bases de datos:** La cual se generó a través de MySQL donde se almacena y se descarga al formato de Excel.

## 3. Marco Metodológico

**Personal de trabajo:** Se capacitó a cada uno del personal de campo (entrevistadores y supervisores), para el uso de la plataforma de captura (encuestas personales).

Se contó con un supervisor por cada región y un encuestador por cada punto a investigar. Se supervisó que el 100% de las encuestas estén debidamente llenadas. Los supervisores rotaron por los diferentes puntos de servicio, corroborando que los encuestadores realizaron las entrevistas de acuerdo a los objetivos de la consultoría.

**Captura de la información:** La captura consistió en los siguientes pasos:

**Encuestas personales:**

1. Se ingresó al link del cuestionario para tenerlo listo al momento de realizar la encuesta.
2. El entrevistador efectuó la encuesta en el dispositivo, la cual fue subida a la nube para su almacenamiento.

## 3. Marco Metodológico

### Recolección de datos

Aplicación de encuestas presenciales a la muestra definida.

La recolección de la información se realizó a través de dispositivos móviles, utilizando la metodología CAPI (computer assisted personal interview). Mediante esta técnica se combinó la realización de la encuesta de forma electrónica asistida por encuestador de forma online/offline. Minimizando los errores de marca, lógicos, sistemáticos, facilitando la supervisión, verificación de las preguntas y la codificación posterior. Esto redujo en un gran porcentaje el tiempo entre inicio de campo y la presentación de resultados.

La plataforma de recolección facilitó la georreferenciación de cada dispositivo al momento de levantar la información. Generó el detalle por encuesta, por encuestador y por fecha.

La información del avance de campo estuvo disponible en tiempo real. Mediante un link que se proporcionó a la SAT, se pudo monitorear el estado de campo día a día, así como la información en gráficos de cada variable a investigar. Para el ingreso de la plataforma, se envió al Departamento de Calidad al Servicio usuarios y claves de acceso para el ingreso a la plataforma.

La supervisión del estudio cumplió con los estándares de calidad global al que STC Consultores ha sido auditado regionalmente y ha obtenido resultados sobresalientes, tuvo una validación de 100% en la aplicación de encuestas presenciales y en la elaboración de los informes preliminar y final antes de ser entregados a la Intendencia de Atención al Contribuyente. El supervisor cumplió el mismo horario de trabajo que los encuestadores, supervisando (escuchando y obsevándolos) durante la jornada de trabajo que cada uno de ellos cumpliera con los objetivos de la consultoría.

Permitió además realizar logic check entre las variables de hora inicio y hora final, estableciendo un promedio de tiempo mínimo y máximo de realización de la encuesta. Esta herramienta también da mucha seguridad en la validación de los datos, poniendo en evidencia cualquier tendencia o manipulación del encuestador en los datos.



### 3. Marco Metodológico

**Distribución de la muestra:** El desglose muestral fue distribuido proporcionalmente al universo investigado por cada municipio.

Región	No.	Punto de Atención	Depto.	Municipio	Población (2022)	Muestra	
SUR	1	Oficina Tributaria Escuintla	Escuintla	Escuintla	170,280	46	
	2	Agencia Tributaria Santa Lucía Cotzumalguapa	Escuintla	Santa Lucía Cotzumalguapa	127,683	35	
	3	Oficina Tributaria Jutiapa	Jutiapa	Jutiapa	167,049	45	
	4	Oficina Tributaria Retalhuleu	Retalhuleu	Retalhuleu	111,431	31	
	5	Oficina Tributaria Santa Rosa	Santa Rosa	Cuilapa	47,448	13	
	6	Agencia Tributaria Mazatenango	Suchitepéquez	Mazatenango	84,186	12	
	7	Oficina Tributaria Suchitepéquez	Suchitepéquez	Mazatenango		12	
CENTRAL	8	Agencia Tributaria Galerías Prima	Guatemala	Guatemala	1,213,651	31	
	9	Agencia Tributaria Montserrat	Guatemala	Guatemala		31	
	10	Agencia Tributaria Pacific Villa Hermosa	Guatemala	Guatemala		31	
	11	Agencia Tributaria Carretera a El Salvador	Guatemala	Guatemala		31	
	12	Agencia Tributaria San Rafael	Guatemala	Guatemala		31	
	13	Agencia Tributaria San Rafael II (terceros)	Guatemala	Guatemala		31	
	14	Agencia Tributaria Móvil	Guatemala	Guatemala		31	
	15	Agencia Tributaria Zona 9	Guatemala	Guatemala		31	
	16	Agencia Tributaria Dubai	Guatemala	Guatemala		31	
	17	Oficina Tributaria Chimaltenango	Chimaltenango	Chimaltenango		116,642	32
	18	Oficina Tributaria Sacatepéquez	Sacatepéquez	Antigua Guatemala		59,850	17
	19	Oficina Tributaria El Progreso	El Progreso	Guastatoya		27,407	8
	OCCIDENTE	20	Oficina Tributaria Quetzaltenango	Quetzaltenango		Quetzaltenango	204,075
21		Oficina Tributaria Huehuetenango	Huehuetenango	Huehuetenango	136,639	38	
22		Oficina Tributaria San Marcos	San Marcos	San Marcos	49,654	14	
23		Oficina Tributaria Sololá	Sololá	Sololá	100,732	28	
24		Oficina Tributaria Quiché	Quiché	Santa del Quiché	100,977	28	
25		Agencia Tributaria Panajachel	Sololá	Panajachel	16,371	5	
26		Oficina Tributaria Totonicapán	Totonicapán	Totonicapán	120,408	33	
27		Agencia Tributaria Coatepeque	Quetzaltenango	Coatepeque	120,737	34	
28		Agencia Tributaria Malacatán	San Marcos	Malacatán	110,558	15	
29		Delegación de Vehículos Aduana El Carmen	San Marcos	Malacatán		15	
30		Delegación de Vehículos Aduana Tecún Umán	San Marcos	Ayutla	47,328	7	

# 3. Marco Metodológico

Región	No.	Punto de Atención	Depto.	Municipio	Población (2022)	Muestra
SUR	31	Oficina Tributaria Escuintla	Escuintla	Escuintla	170,280	46
	32	Agencia Tributaria Santa Lucia Cotzumalguapa	Escuintla	Santa Lucia Cotzumalguapa	127,683	35
NORORIENTE	31	Oficina Tributaria Alta Verapaz	Alta Verapaz	Cobán	233,151	64
	32	Oficina Tributaria Baja Verapaz	Baja Verapaz	Salamá	72,884	20
	33	Oficina Tributaria Chiquimula	Chiquimula	Chiquimula	120,384	33
	34	Oficina Tributaria Jalapa	Jalapa	Jalapa	192,676	52
	35	Oficina Tributaria Izabal	Izabal	Puerto Barrios	112,163	10
	36	Oficina Tributaria Zacapa	Zacapa	Zacapa	67,201	19
	37	Oficina Tributaria Petén	Petén	Flores	44,706	12
	38	Agencia Tributaria Poptún	Petén	Poptún	69,437	19
	39	Delegación Tributaria Livingston	Izabal	Livingston	81,304	23
	40	Delegación Tributaria Esquipulas	Chiquimula	Esquipulas	56,839	16
SUR	41	Aduana Puerto Quetzal	Escuintla	San José	68,331	19
	42	Aduana San Cristóbal	Jutiapa	Atescatempa	20,033	6
	43	Aduana Pedro de Alvarado	Jutiapa	Moyuta	50,742	14
CENTRAL	44	Aduana Express Aéreo	Guatemala	Guatemala	Pob. Del Municipio de Guatemala	31
	45	Aduana Central de Aviación	Guatemala	Guatemala		31
OCCIDENTE	46	Aduana Tecún Umán II	San Marcos	Tecún Umán	Municipio de Ayutla	7
NORORIENTE	47	Aduana Puerto Barrios	Izabal	Puerto Barrios	Municipio de Puerto Barrios	10
	48	Aduana Santo Tomás de Castilla	Izabal	Puerto Barrios		10
<b>Total</b>					<b>4,322,957</b>	<b>1,200</b>

### 3. Marco Metodológico

**Distribución de la muestra:** La muestra propuesta y la muestra efectiva, fueron las siguientes.

Punto de Atención	Muestra propuesta	Muestra final	Diferencia
Aduana Central de Aviación	31	31	-
Aduana Express Aéreo	31	31	-
Aduana Pedro de Alvarado	14	17	3
Aduana Puerto Barrios	10	11	1
Aduana Puerto Quetzal	19	23	4
Aduana San Cristóbal	6	13	7
Aduana Santo Tomás de Castilla	10	11	1
Aduana Tecún Umán II	7	8	1
Agencia Tributaria Carretera a El Salvador	31	31	-
Agencia Tributaria Coatepeque	34	34	-
Agencia Tributaria Dubai	31	33	2
Agencia Tributaria Galerías Prima	62	62	-
Agencia Tributaria Malacatán	15	15	-
Agencia Tributaria Mazatenango	12	16	4
Agencia Tributaria Montserrat	31	31	-
Agencia Tributaria Pacific Villa Hermosa	31	31	-
Agencia Tributaria Panajachel	5	7	2
Agencia Tributaria Poptún	19	30	11
Agencia Tributaria San Rafael	31	31	-
Agencia Tributaria San Rafael II (terceros)	31	34	3
Agencia Tributaria Santa Lucía Cotzumalguapa	35	38	3
Agencia Tributaria Zona 9	31	31	-
Delegación de Vehículos Aduana El Carmen	15	17	2
Delegación de Vehículos Aduana Tecún Umán	7	8	1
Delegación Tributaria Esquipulas	16	24	8
Delegación Tributaria Livingston	23	25	2
Oficina Tributaria Alta Verapaz	64	66	2
Oficina Tributaria Baja Verapaz	20	20	-
Oficina Tributaria Chimaltenango	32	34	2
Oficina Tributaria Chiquimula	33	40	7
Oficina Tributaria El Progreso	8	18	10
Oficina Tributaria Escuintla	46	48	2
Oficina Tributaria Huehuetenango	38	39	1
Oficina Tributaria Izabal	10	11	1
Oficina Tributaria Jalapa	52	70	18
Oficina Tributaria Jutiapa	45	49	4
Oficina Tributaria Petén	12	21	9
Oficina Tributaria Quetzaltenango	57	63	6
Oficina Tributaria Quiché	28	35	7
Oficina Tributaria Retalhuleu	31	33	2
Oficina Tributaria Sacatepéquez	17	19	2
Oficina Tributaria San Marcos	14	21	7
Oficina Tributaria Santa Rosa	13	19	6
Oficina Tributaria Sololá	28	30	2
Oficina Tributaria Suchitupéquez	12	15	3
Oficina Tributaria Totonicapán	33	40	7
Oficina Tributaria Zacapa	19	25	6
<b>Total</b>	<b>1,200</b>	<b>1,359</b>	<b>159</b>



# 4. Resultados

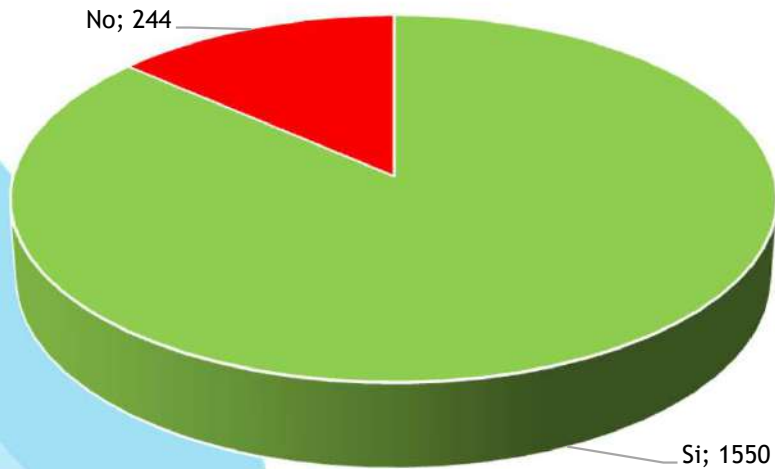


# Filtro para entrevistados



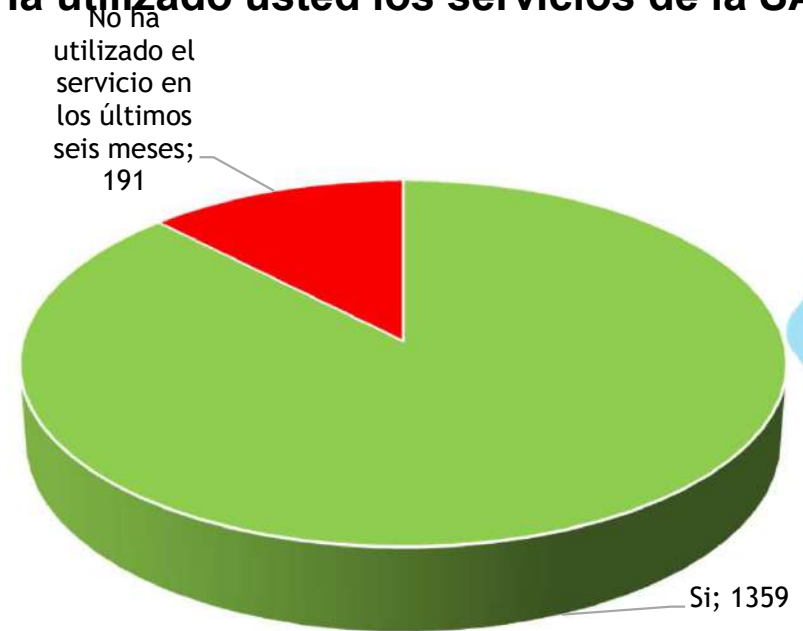
# Filtro para entrevistados

¿Está dispuesto a participar en el estudio?



Base: 1,794 Contactos

En los últimos seis meses  
¿Ha utilizado usted los servicios de la SAT?



Base: 1,550 Contactos

Se contactó a 1,794 personas, de las cuales 244 manifestaron no estar dispuestos a participar en la consultoría y 191 personas no han utilizado el servicio de la SAT en los últimos 6 meses.

La tasa de efectividad en relación a los contactos fue de 75.75%.

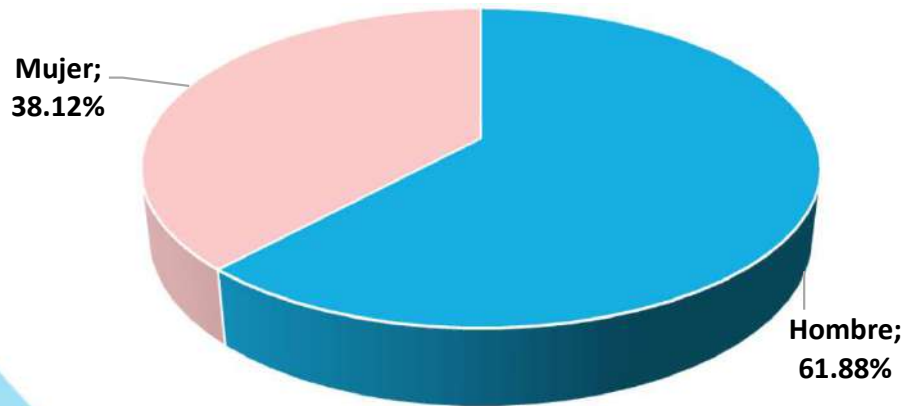
# Total General

## 1,359 Entrevistados efectivos

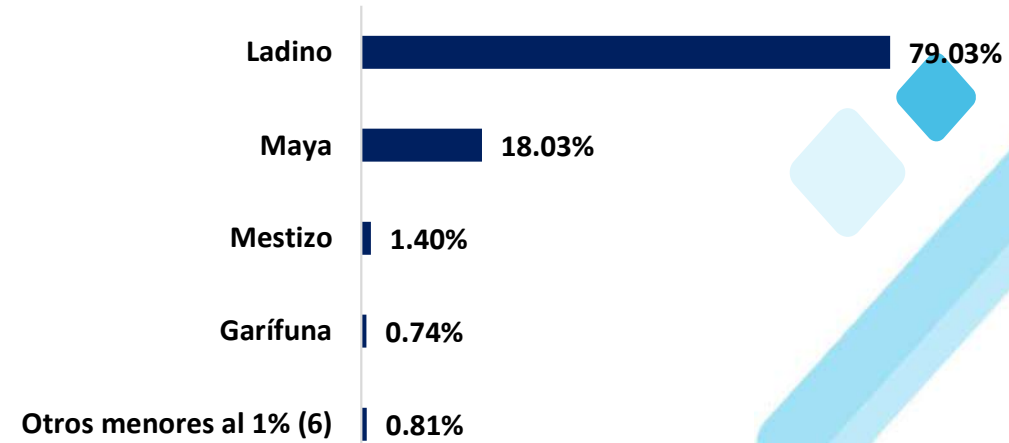


# Perfil del entrevistado

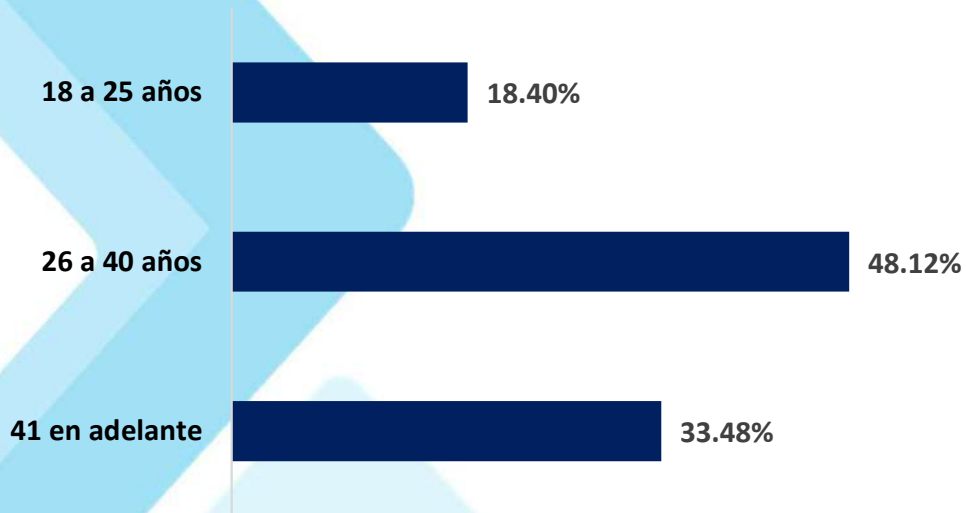
## Género



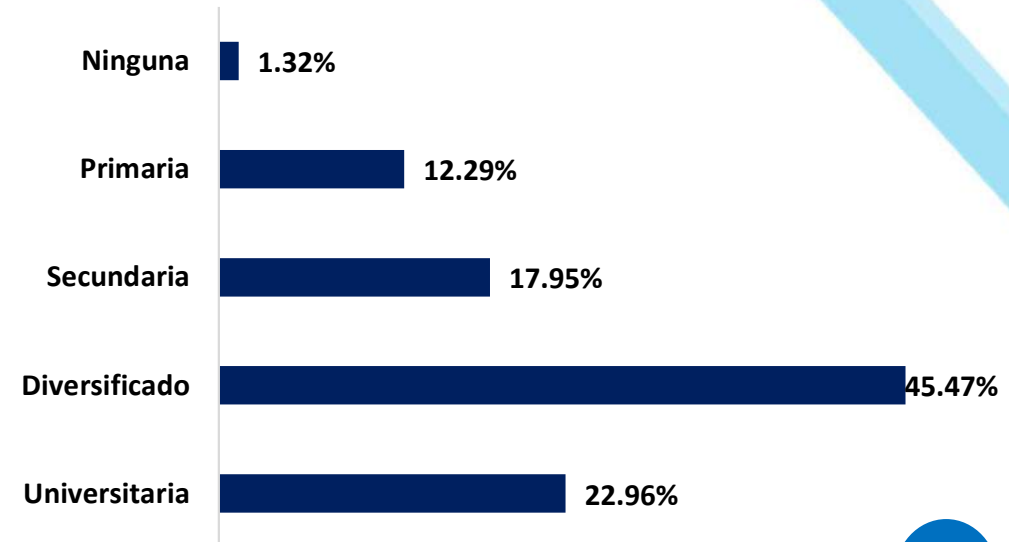
## ¿Cuál es la etnia con la que se identifica?



## Edad agrupada



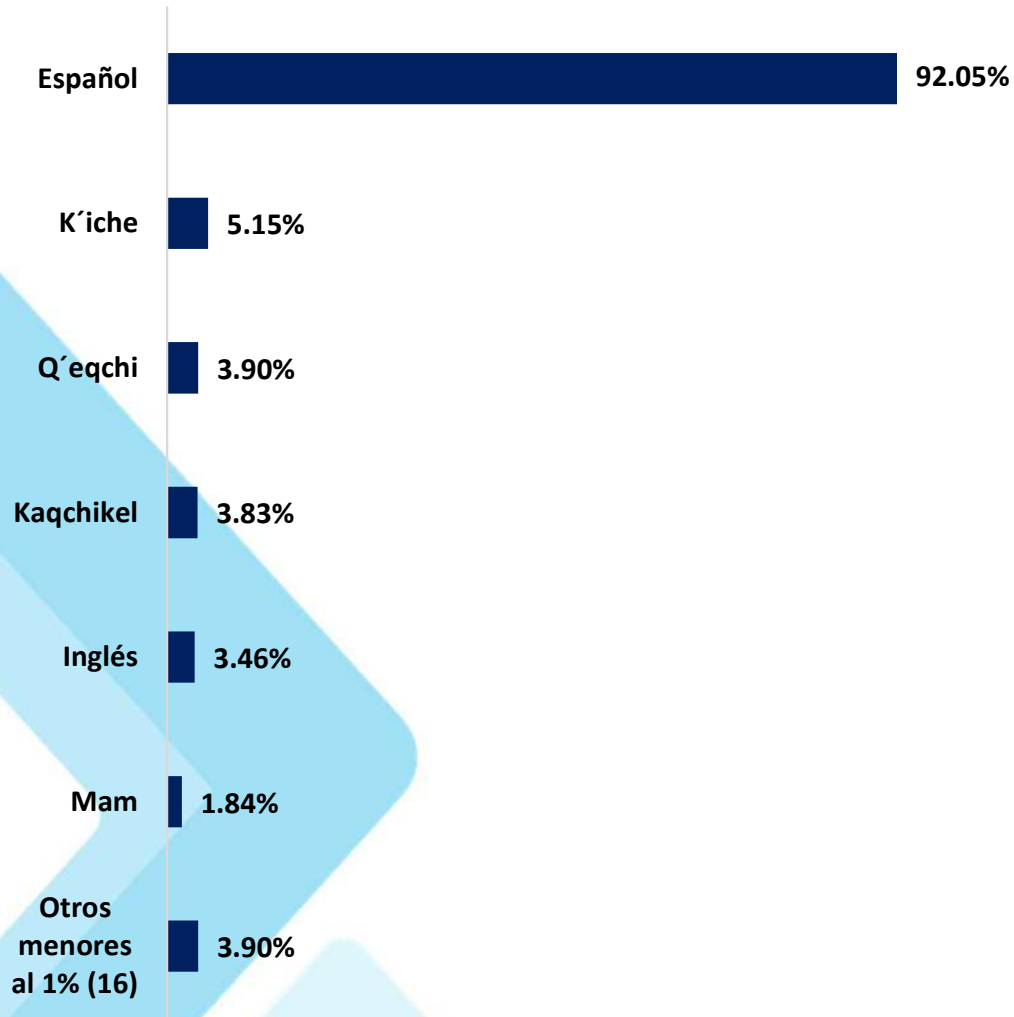
## Escolaridad



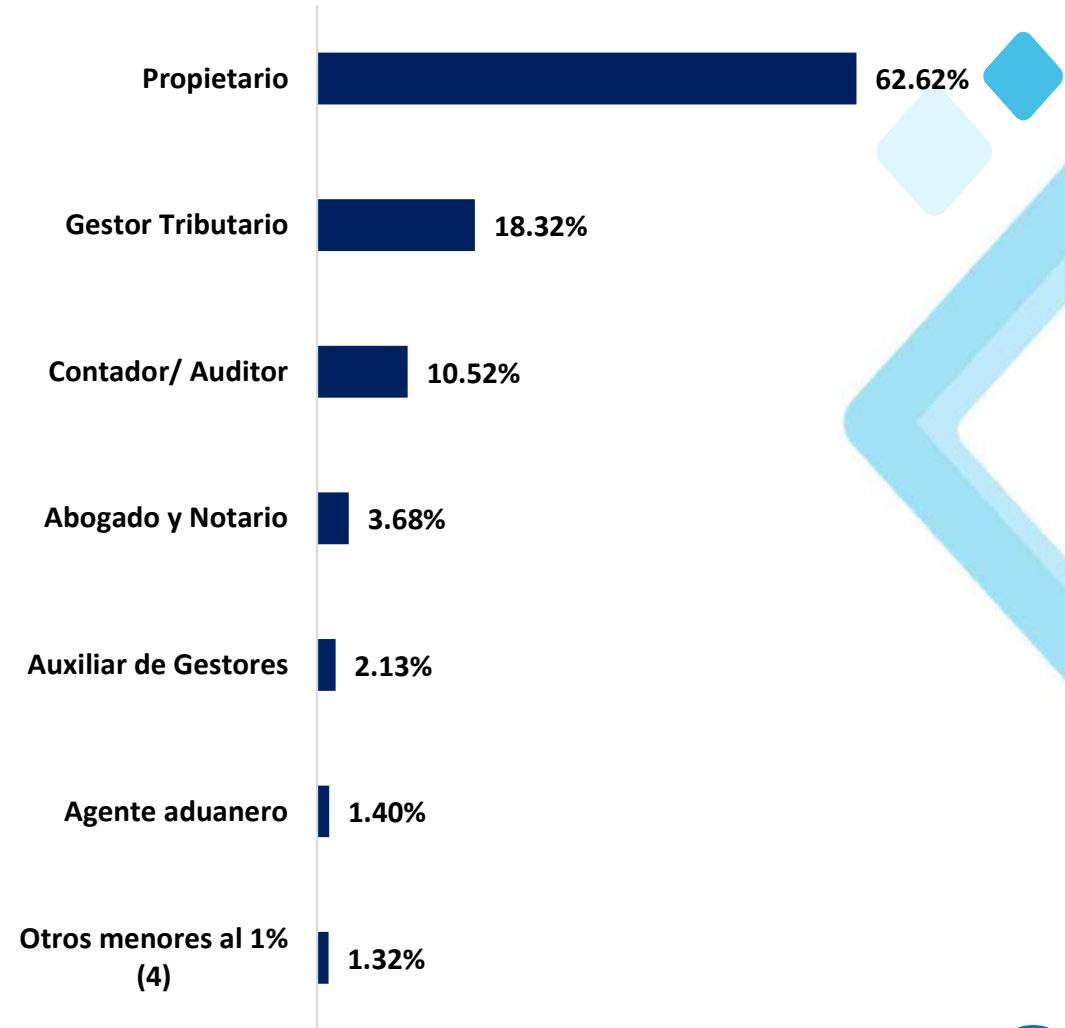


# Perfil del entrevistado

## Idioma (s) que habla

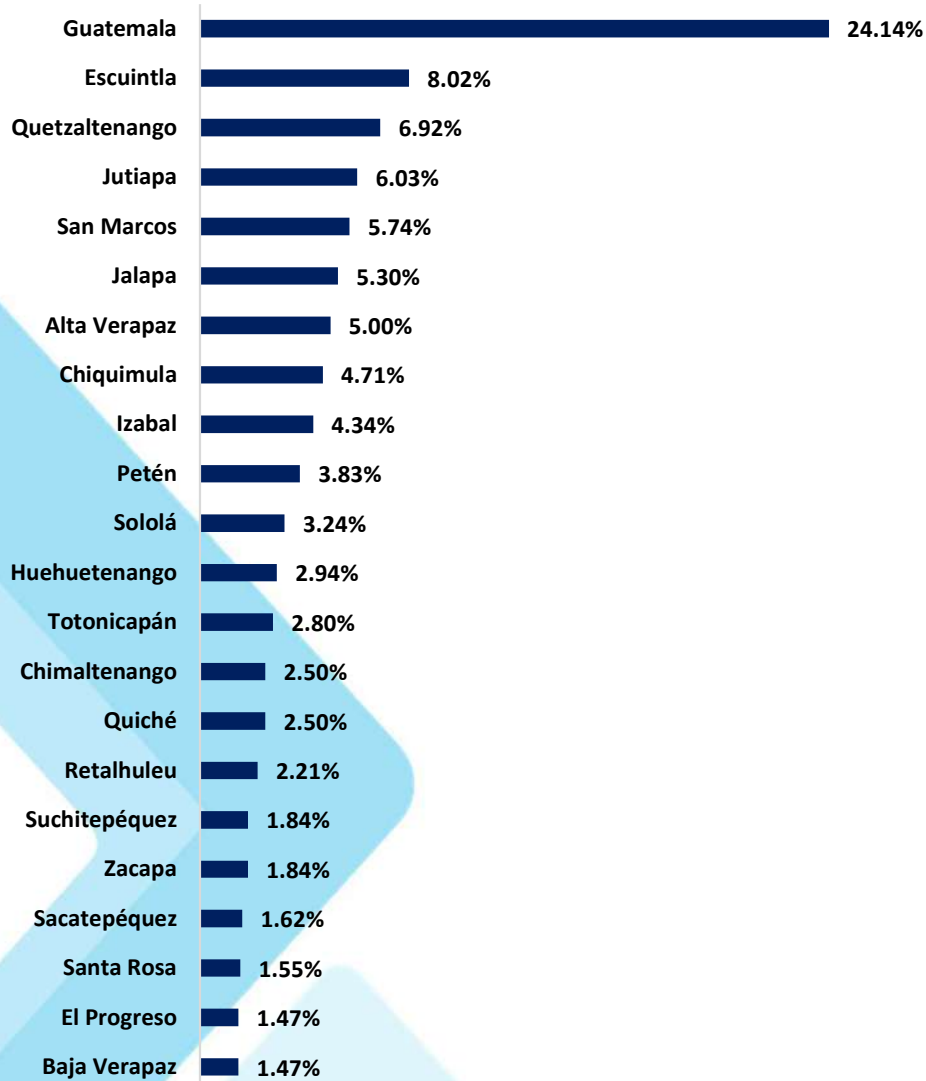


## Calidad de personería con la que actuó para realizar su trámite o gestión tributaria

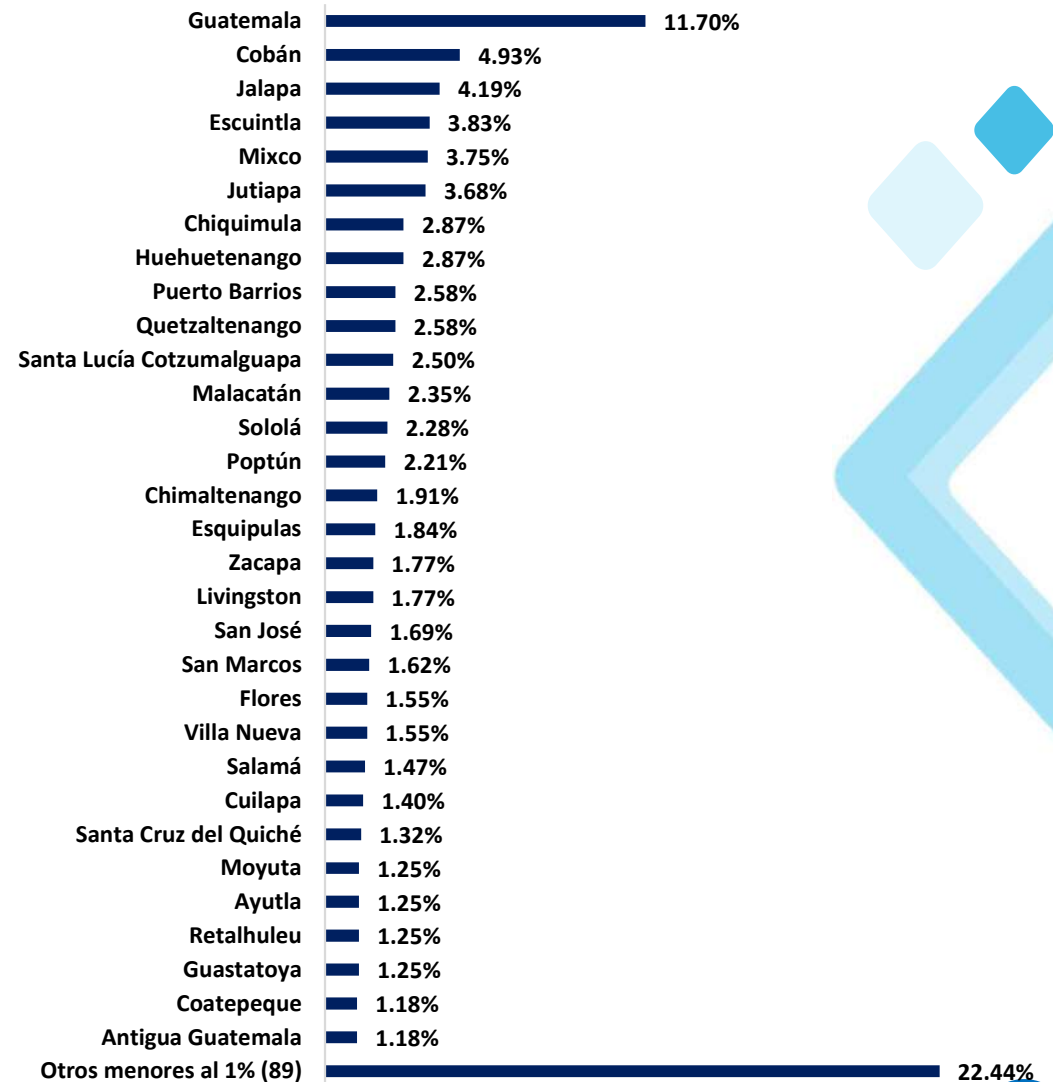


# Perfil del entrevistado

## Departamento

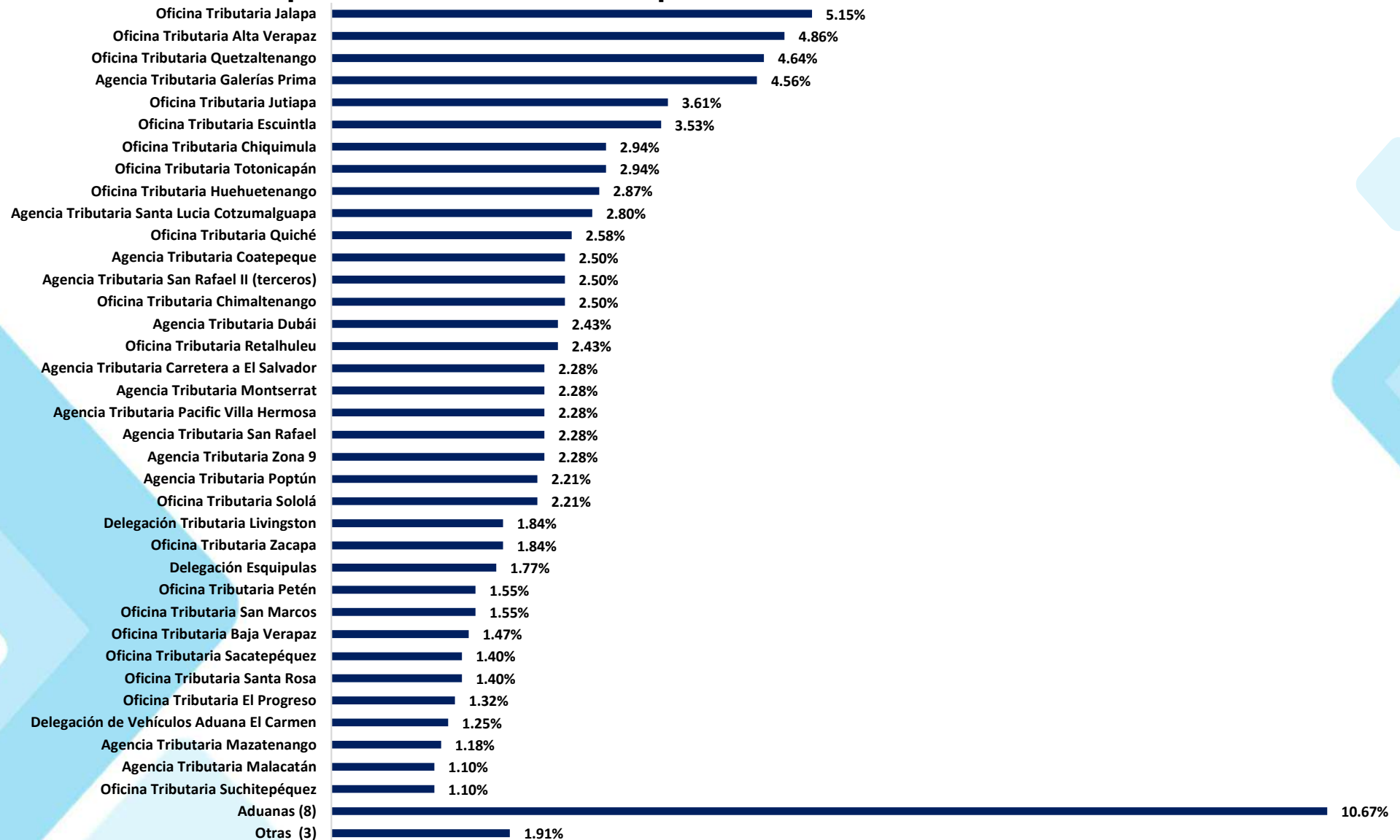


## Municipio



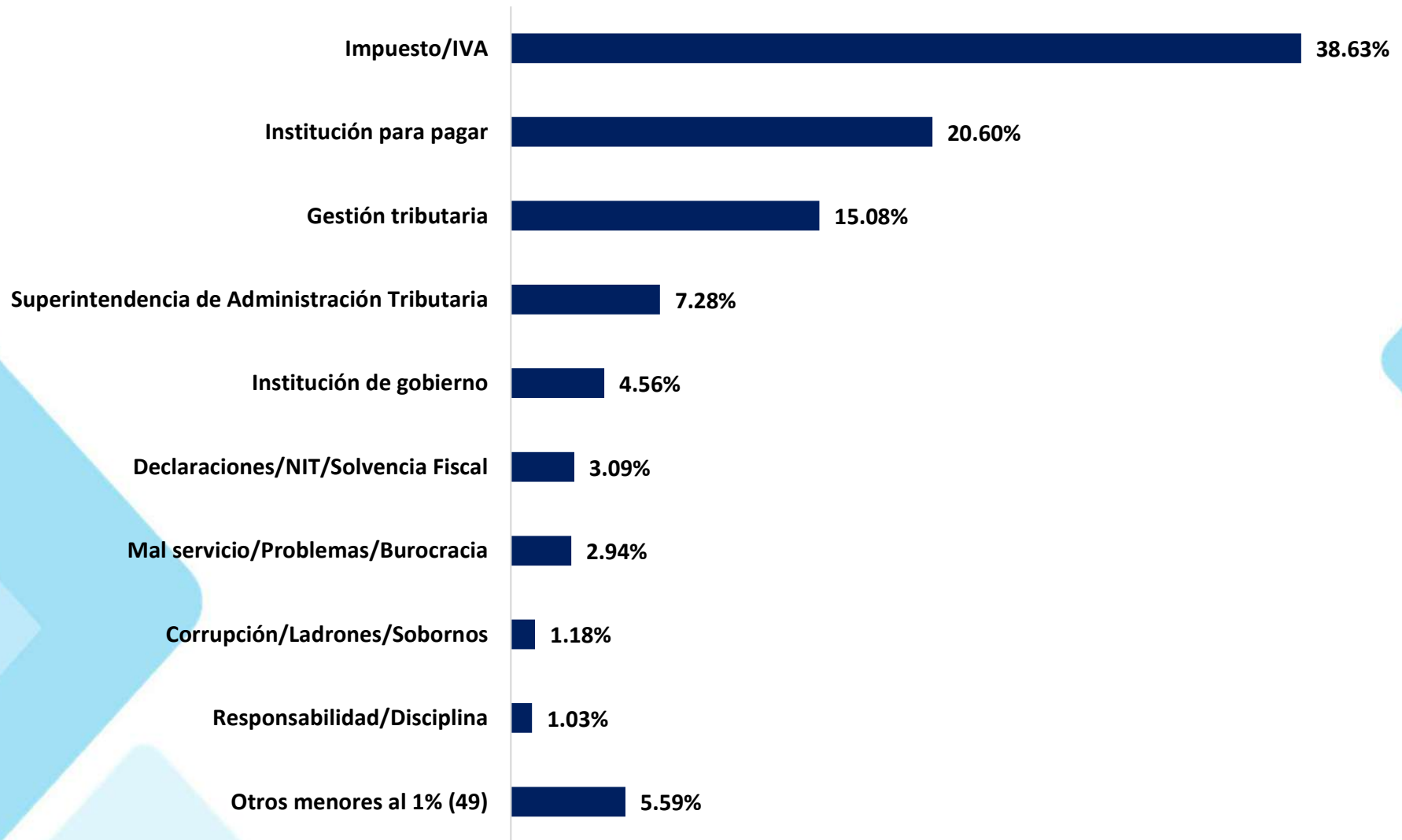
# Perfil del entrevistado

## Representatividad de cada punto en la muestra efectiva.



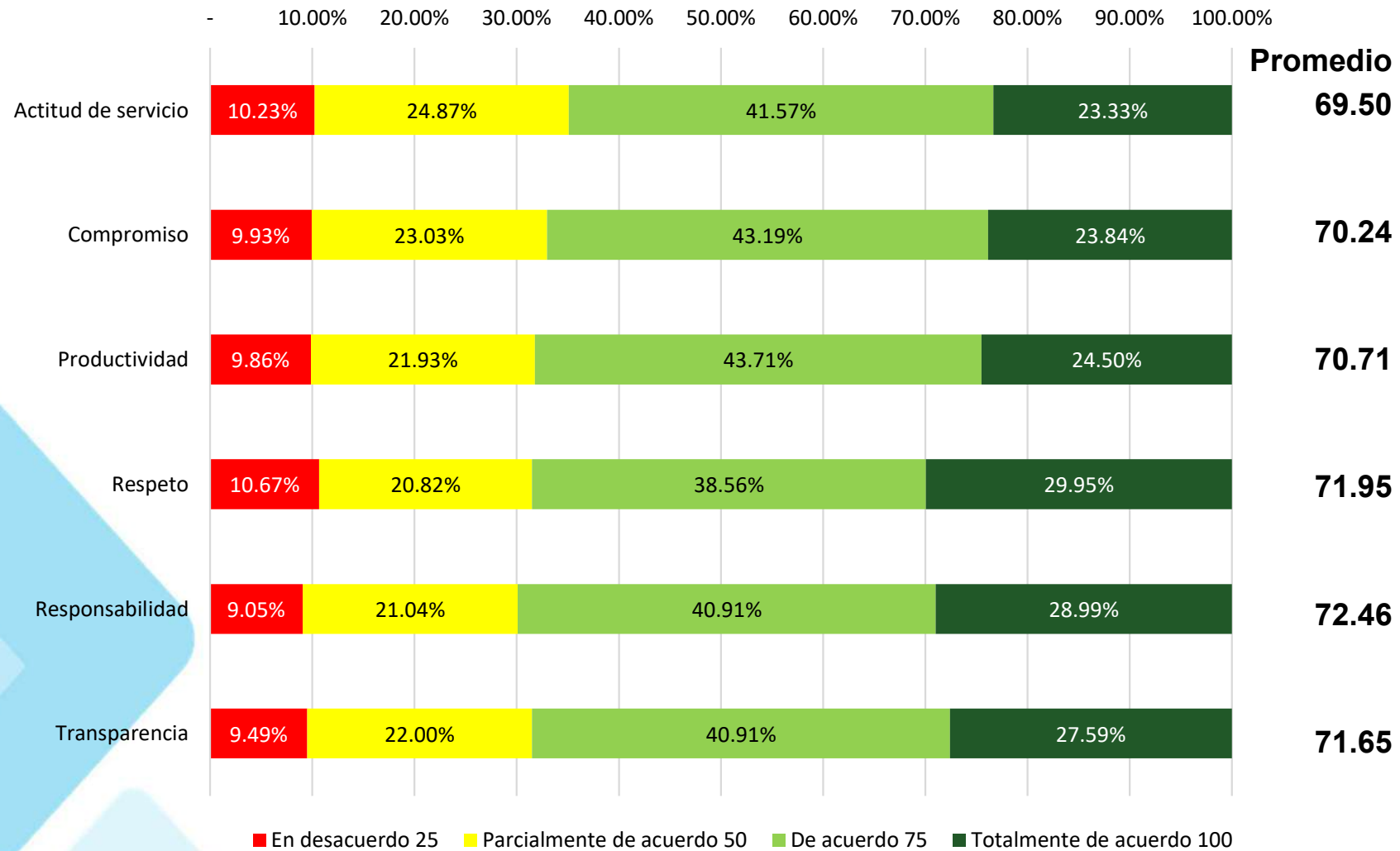
# Percepción e Imagen Institucional

¿Qué es lo que piensa cuando escucha el nombre SAT?



# Percepción e Imagen Institucional

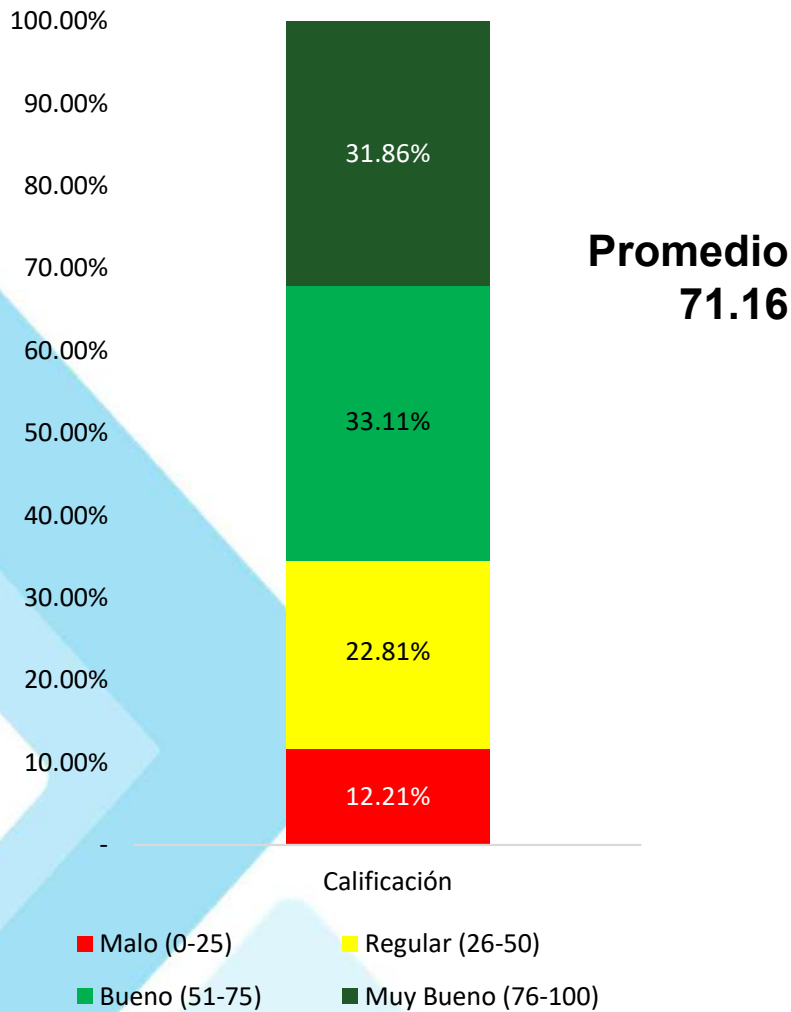
¿Cómo calificaría usted los Valores Institucionales de la SAT?



# Percepción e Imagen Institucional

**A nivel general, ¿cómo calificaría el servicio que SAT presta a los contribuyentes y usuarios?**

**¿Por qué motivo le da esa calificación?**



Buen Servicio/Buena atención/Todo bien/Todo es más fácil

43.75%

Mal servicio/Mala atención a veces no tienen cuidado/Ineficiencia

39.01%

Es regular el servicio/No todos colaboran/La atención es variable/En ocasiones se ve demasiada cola

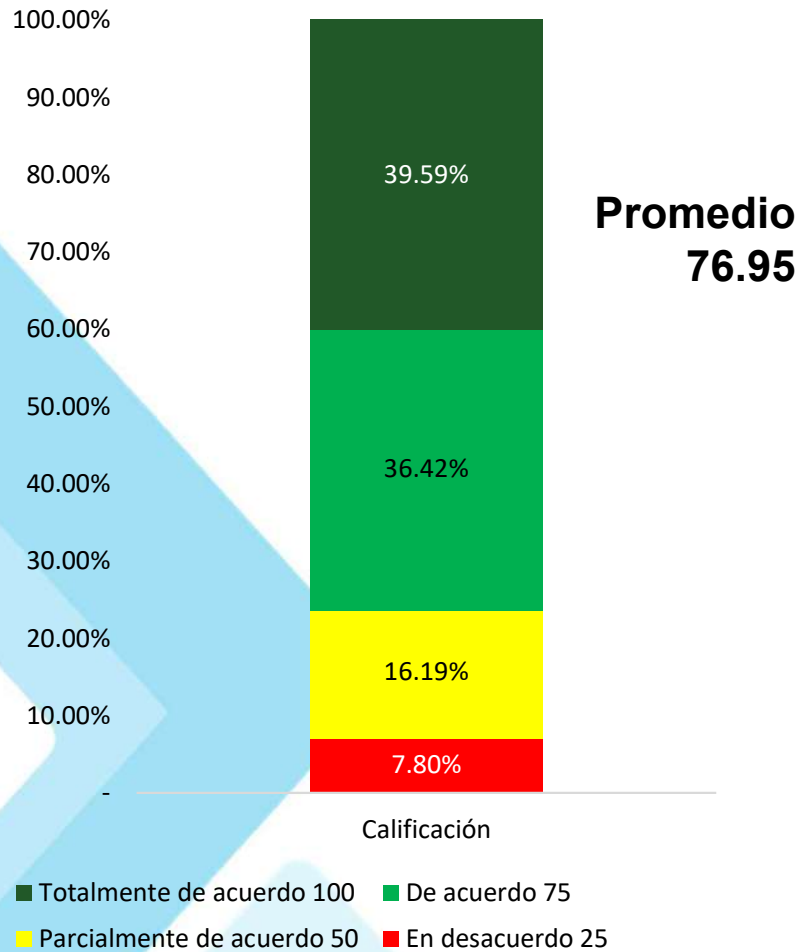
16.19%

Otros menores al 1% (14)

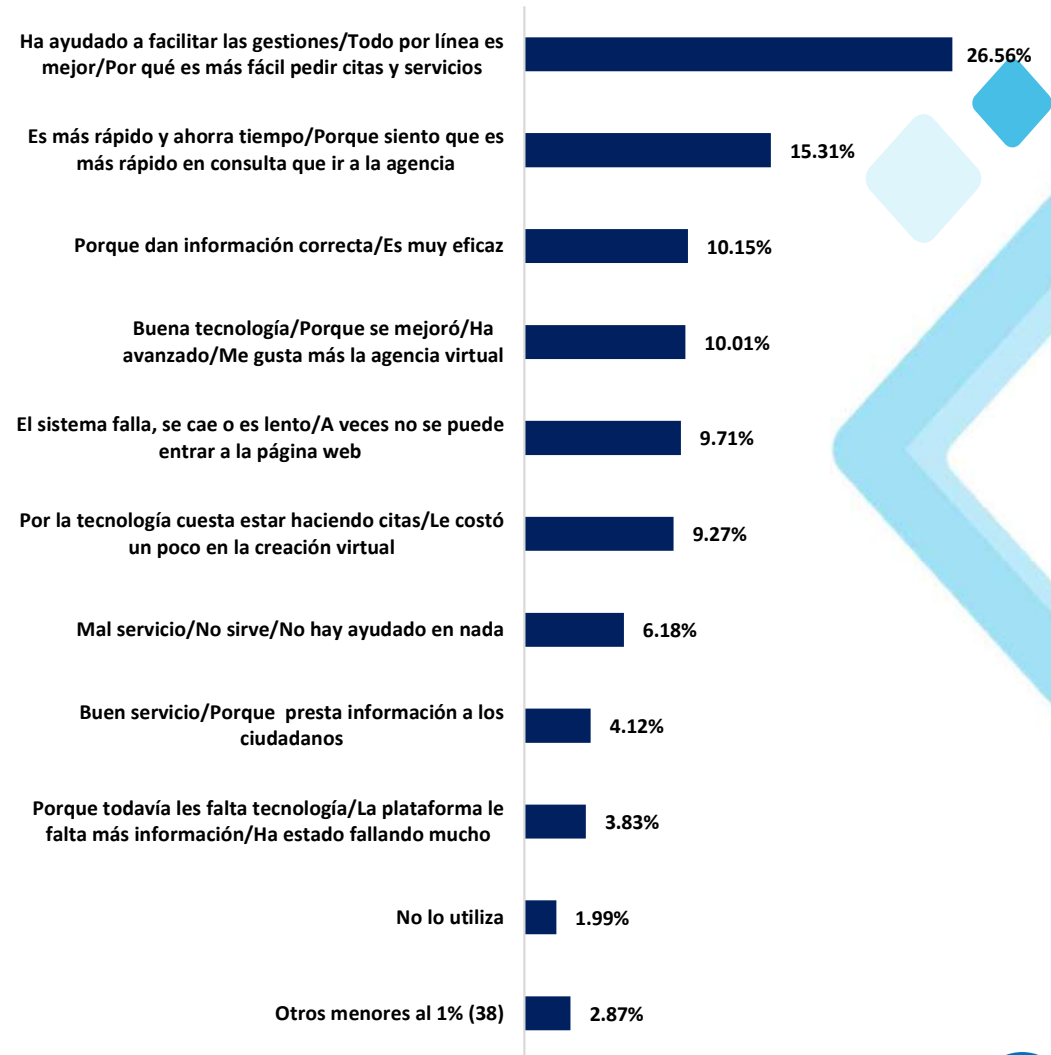
1.05%

# Percepción e Imagen Institucional

¿Qué calificación le daría a la afirmación: La tecnología de información y comunicación me facilitó el uso de los servicios de la SAT?



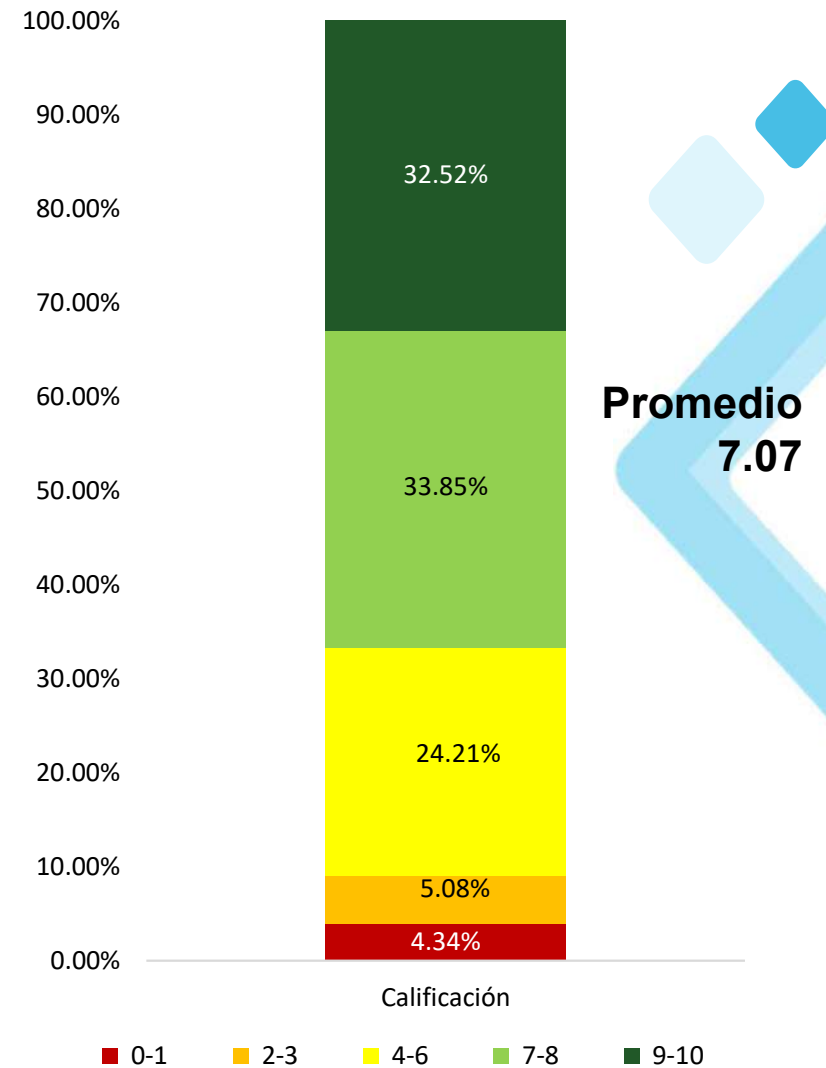
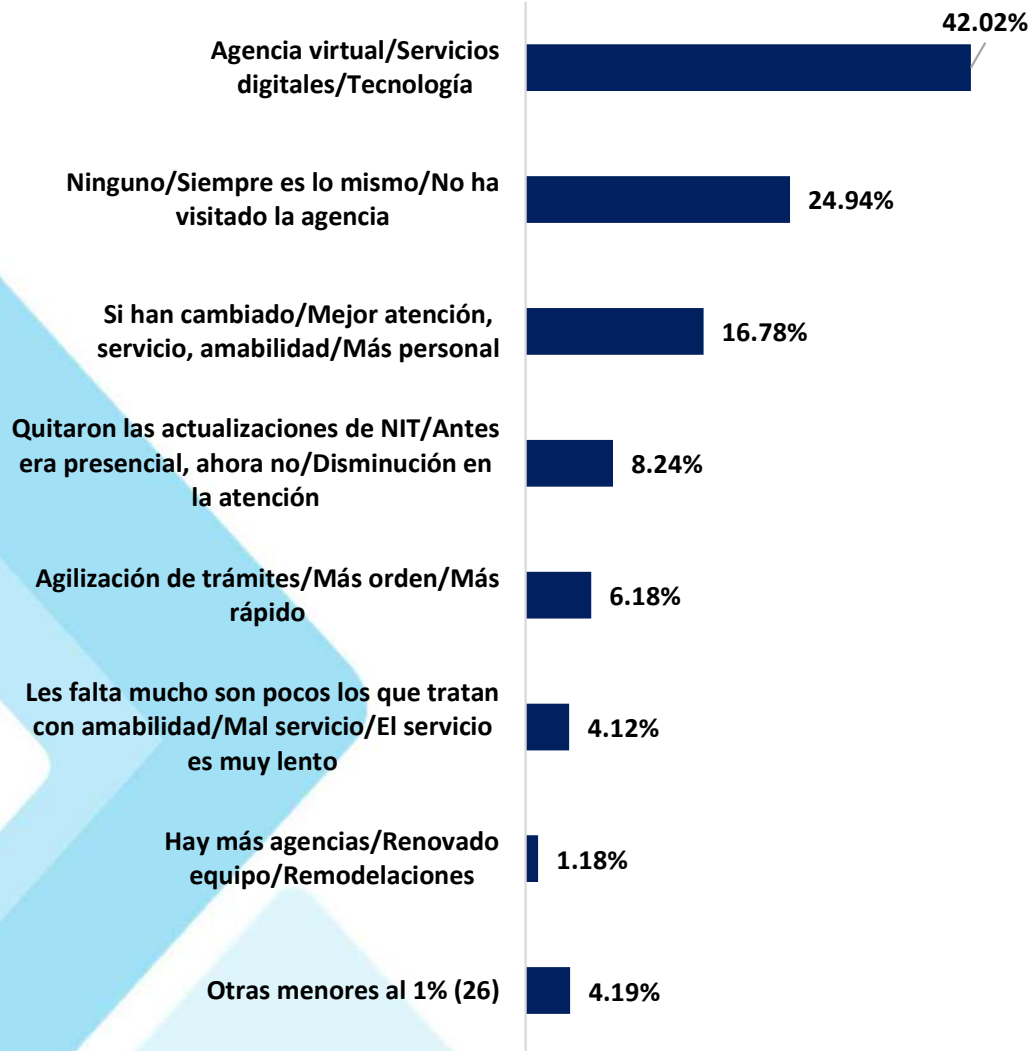
¿Por qué motivo le da esa calificación?



# Percepción e Imagen Institucional

En los últimos dos años ¿Qué cambios ha percibido en los **SERVICIOS** que la SAT brinda a los contribuyentes y usuarios?

¿Qué calificación les daría a esos cambios?

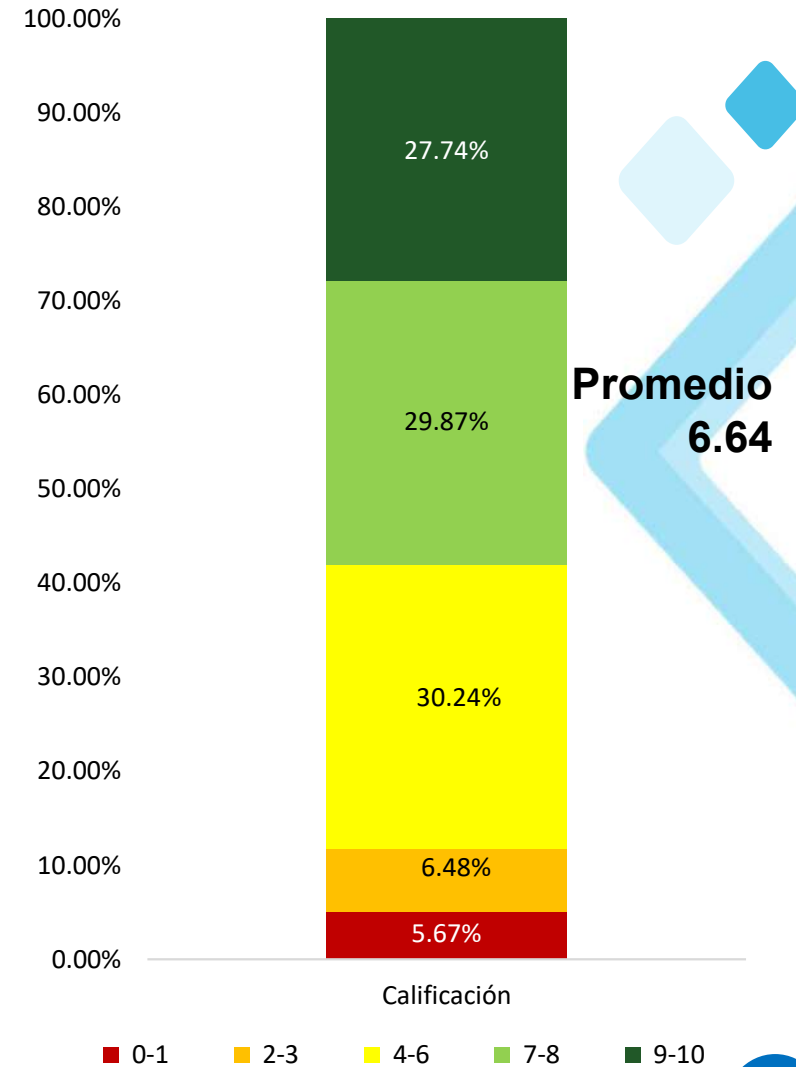
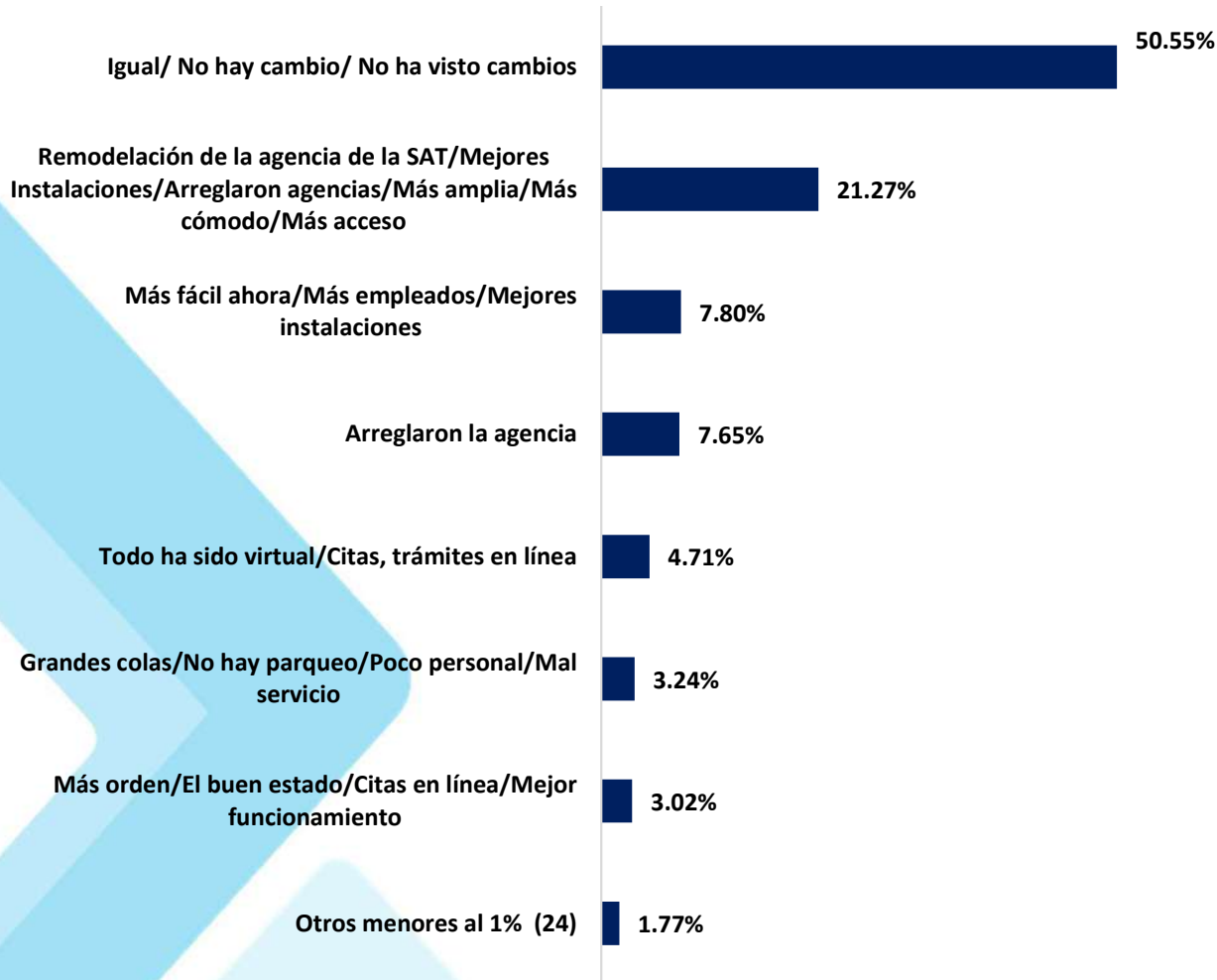




# Percepción e Imagen Institucional

En los últimos dos años ¿Qué cambios ha percibido en LAS INSTALACIONES que la SAT brinda a los contribuyentes y usuarios?

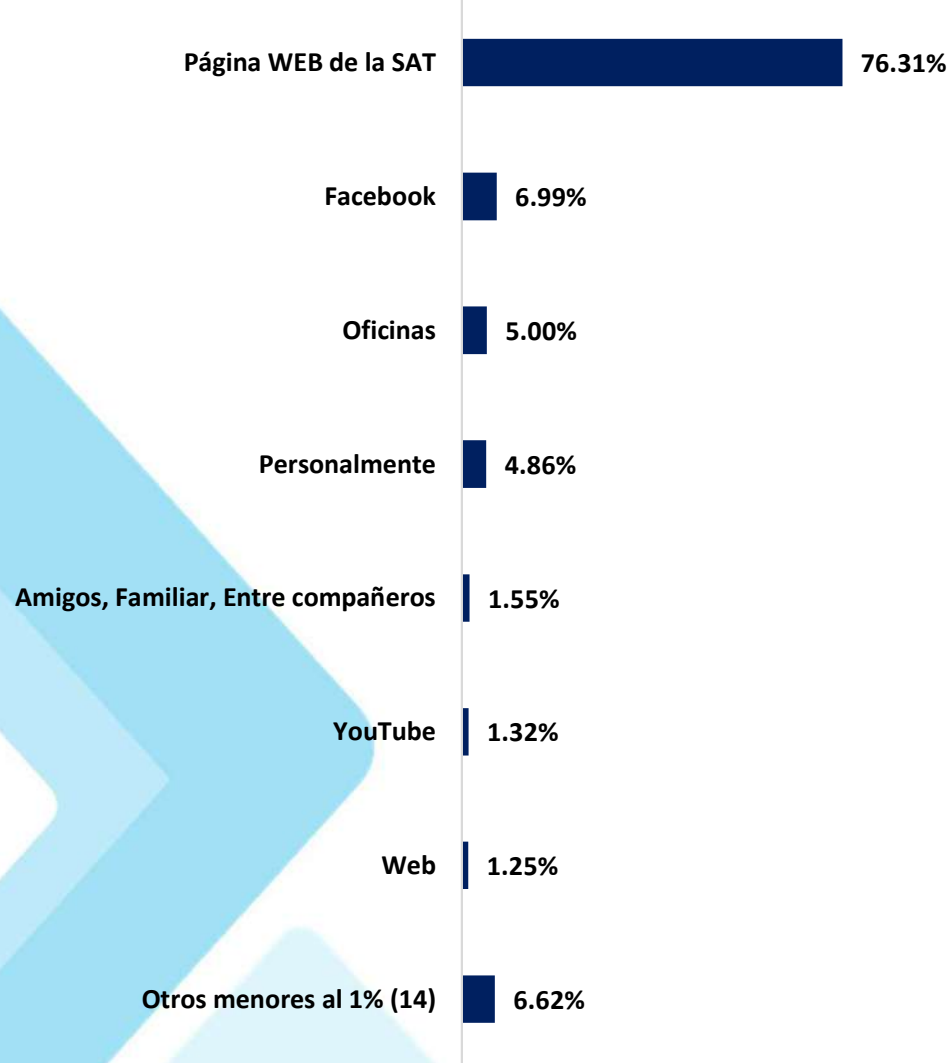
¿Qué calificación les daría a esos cambios?



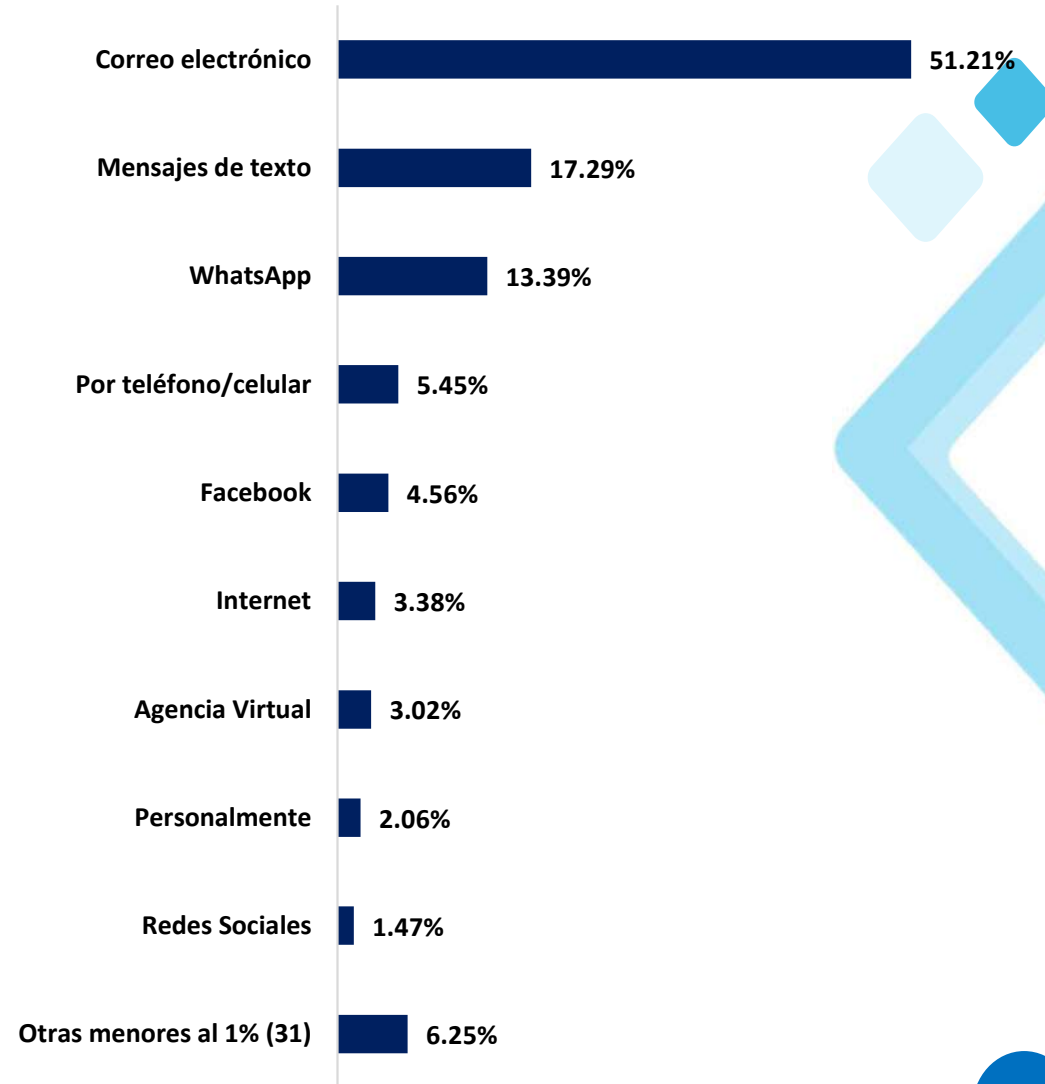
■ 0-1 ■ 2-3 ■ 4-6 ■ 7-8 ■ 9-10

# Medios de comunicación

Cuando necesita información de cómo hacer un trámite en la SAT, ¿En dónde consulta?



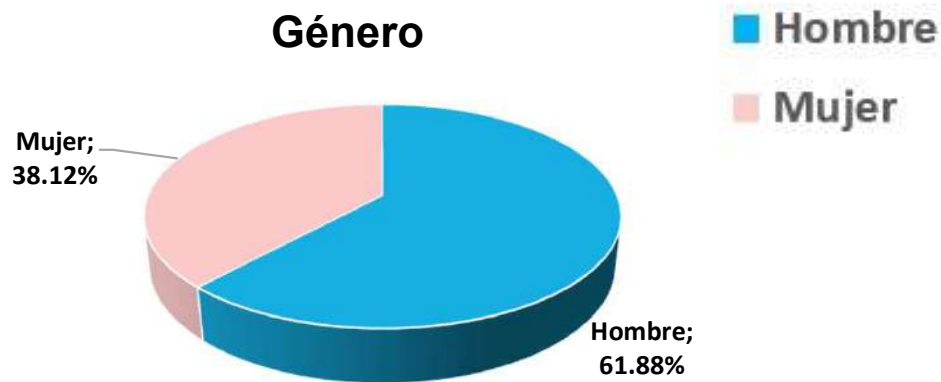
¿Por qué medio le gustaría recibir información sobre el pago de impuestos?



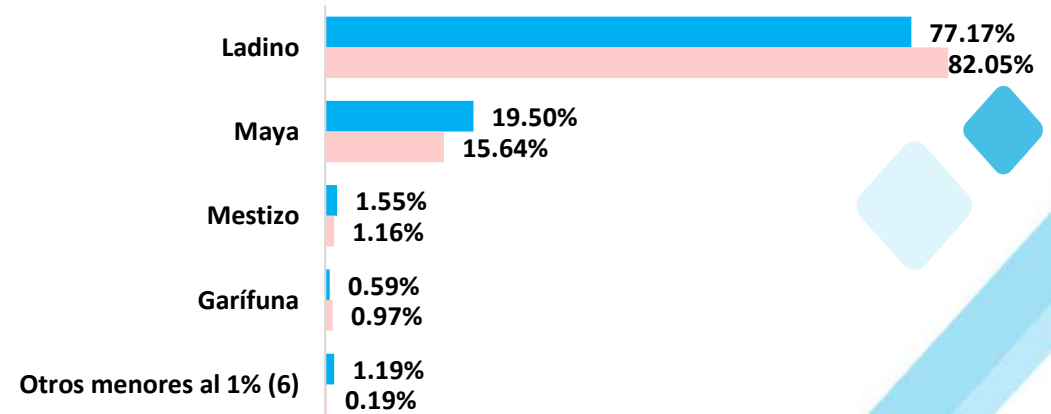
**Género**  
**841 Hombres**  
**518 Mujeres**

# Perfil del entrevistado

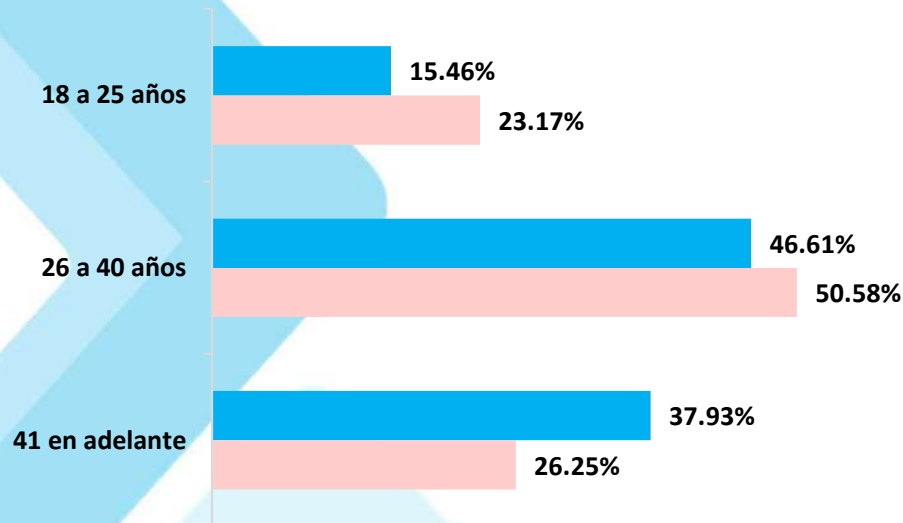
## Género



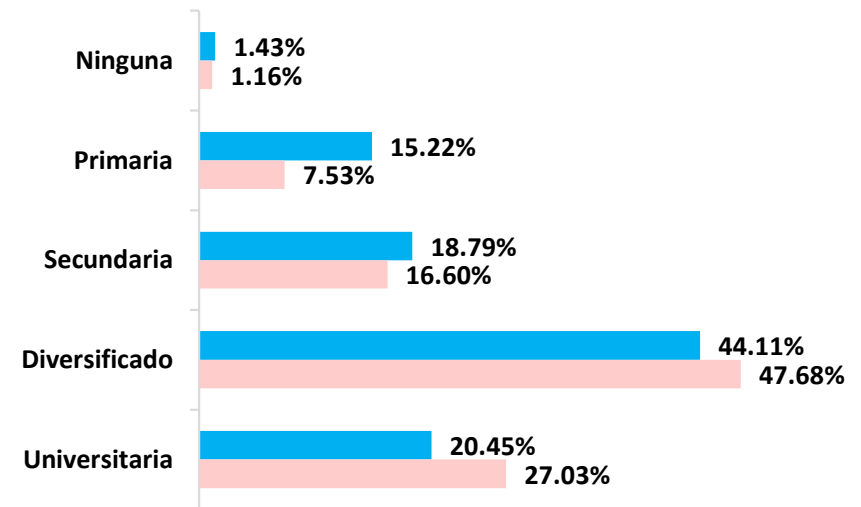
## ¿Cuál es la etnia con la que se identifica?



## Edad agrupada

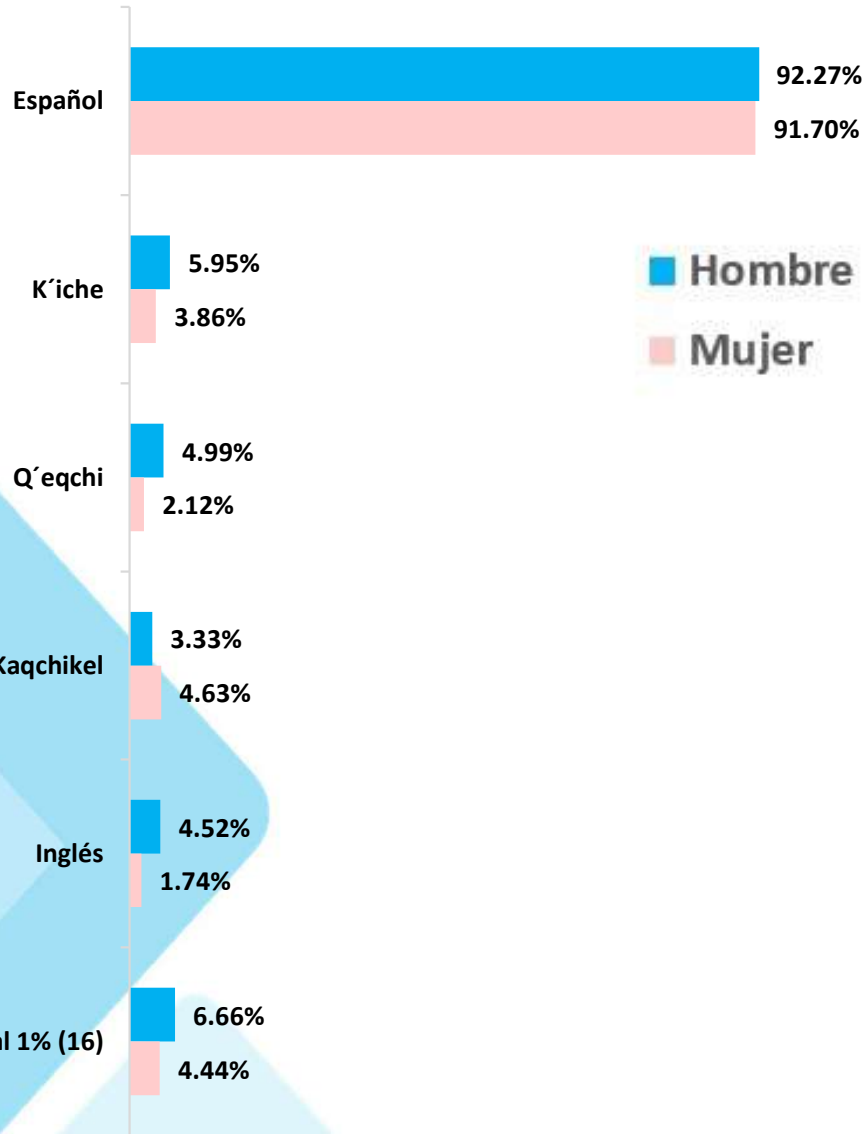


## Escolaridad

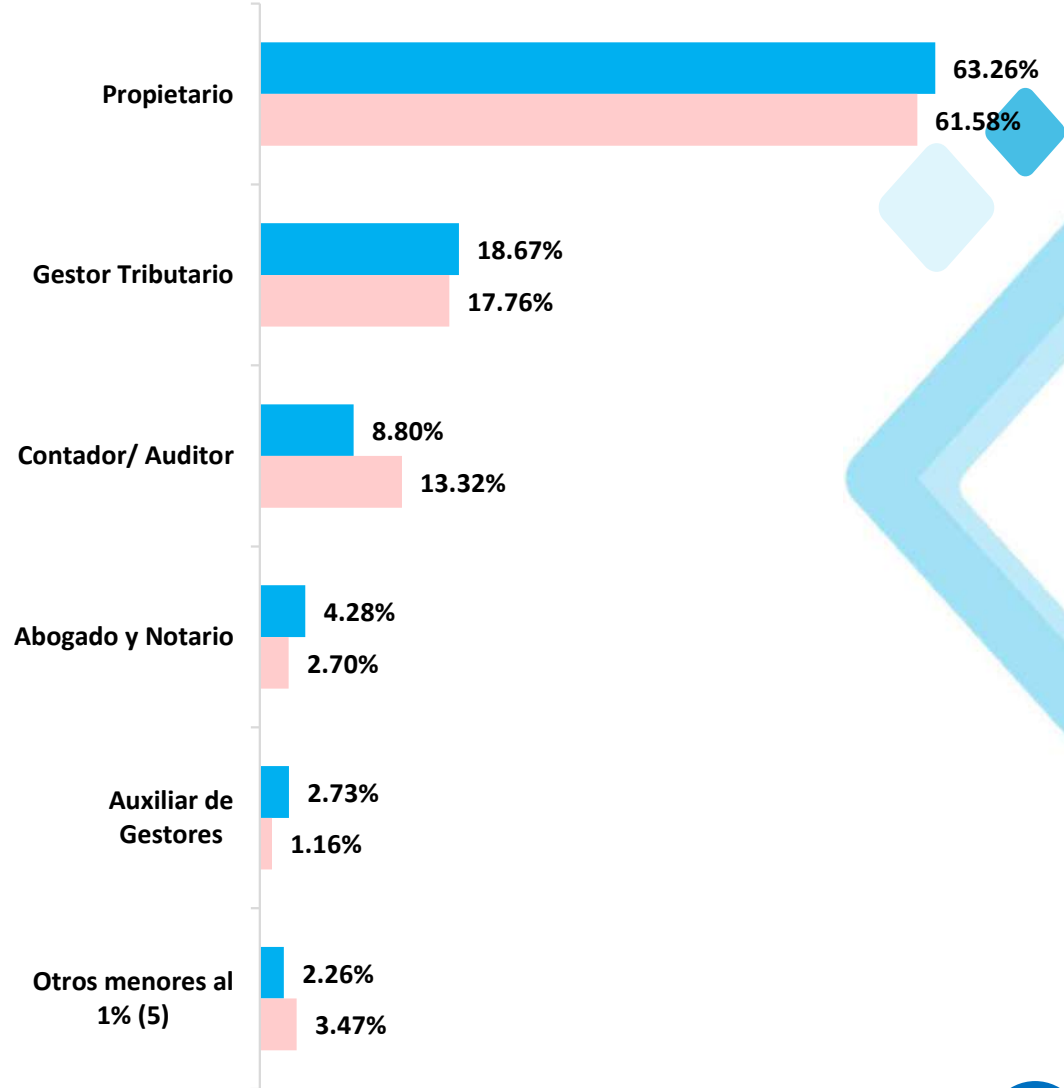


# Perfil del entrevistado

## Idioma (s) que habla

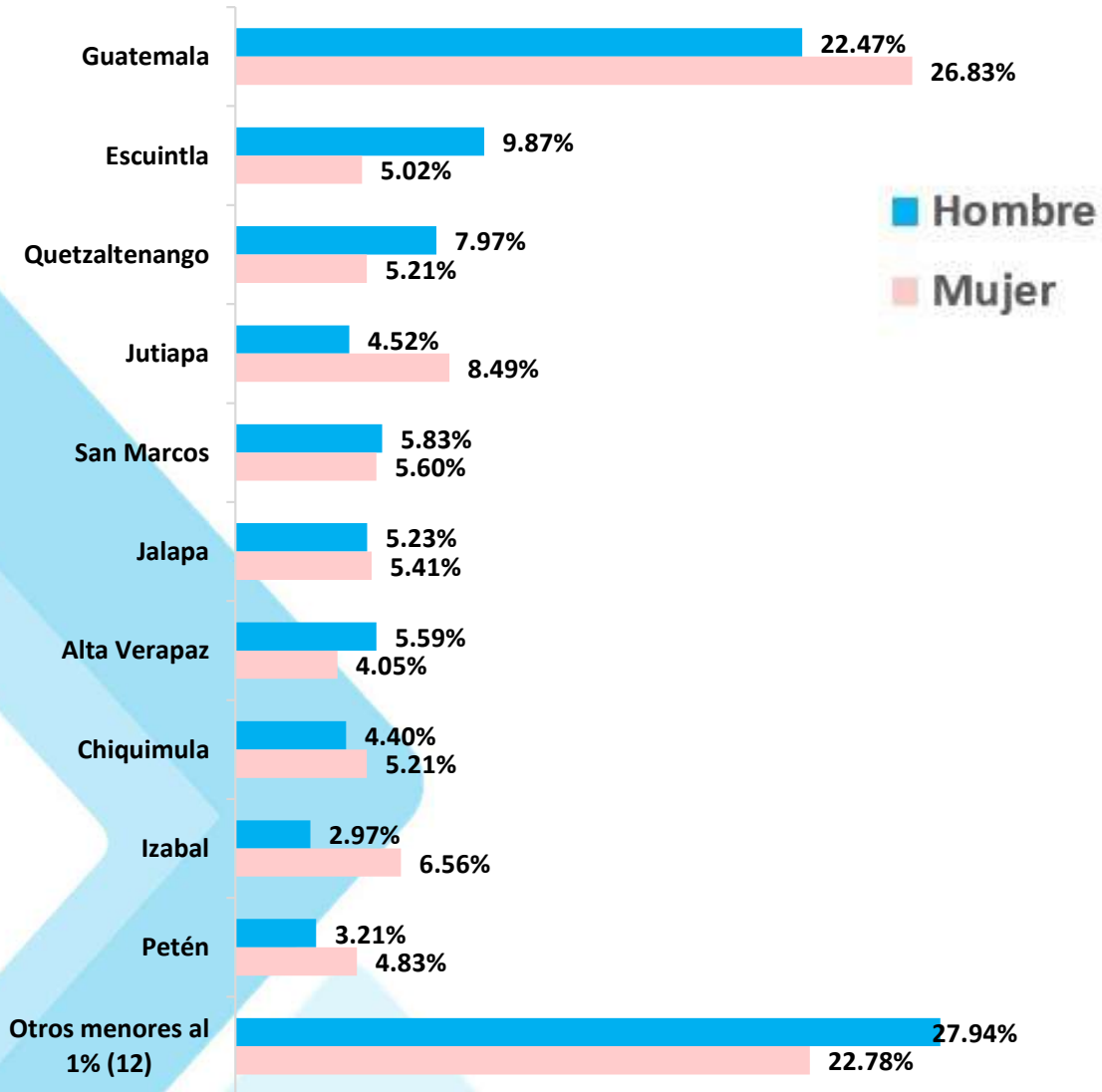


## Calidad de personería con la que actuó para realizar su trámite o gestión tributaria

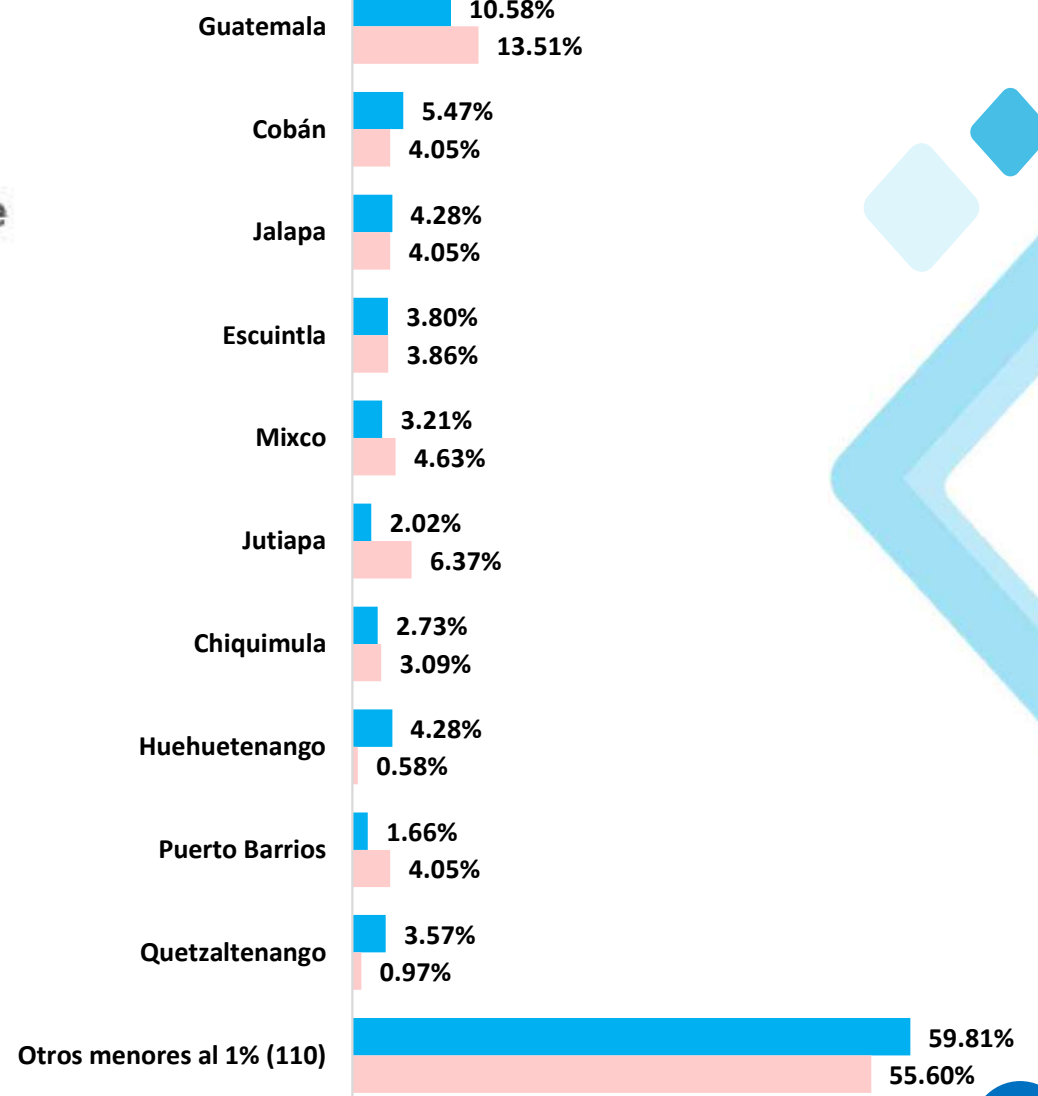


# Perfil del entrevistado

## Departamento

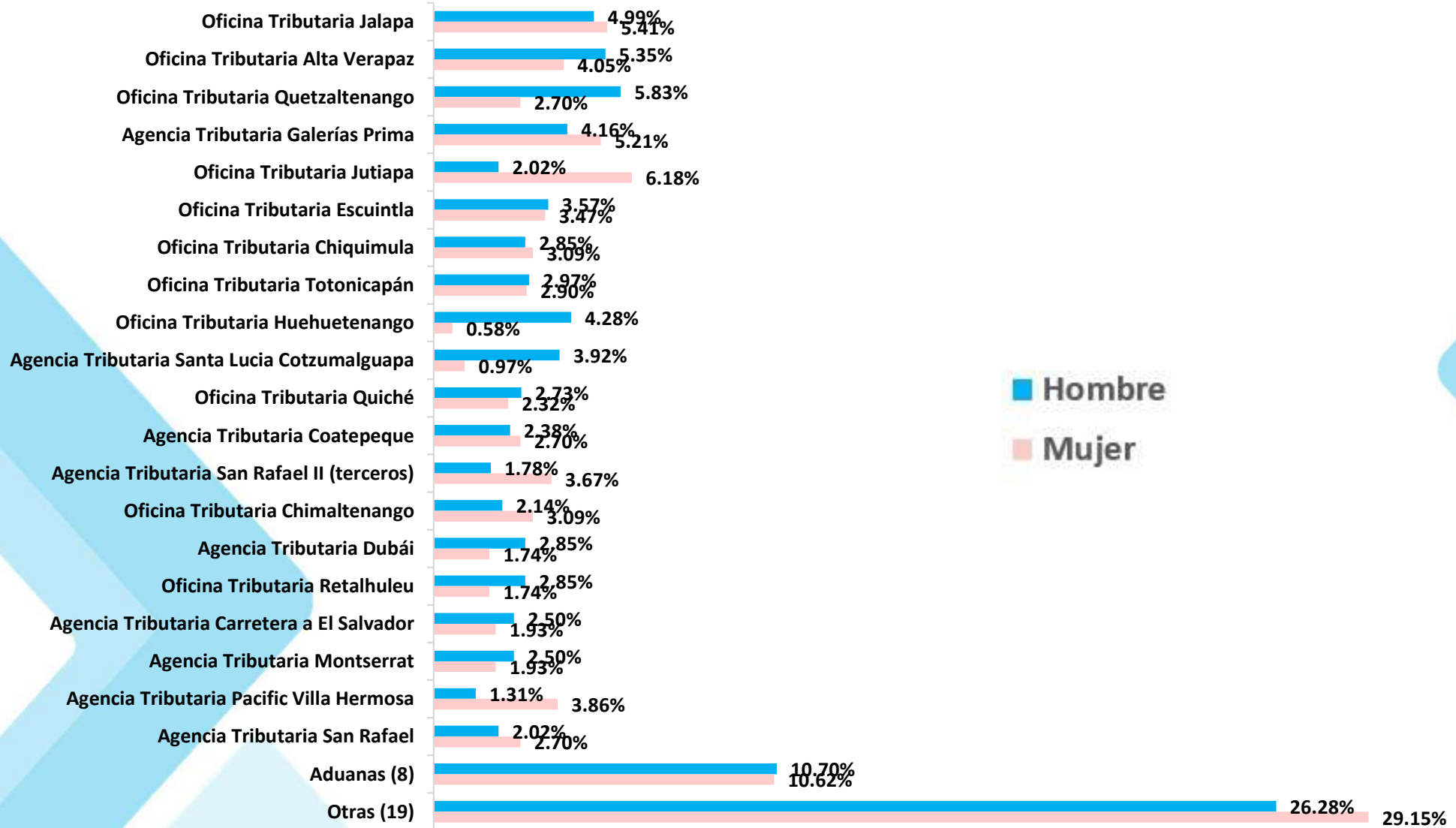


## Municipio



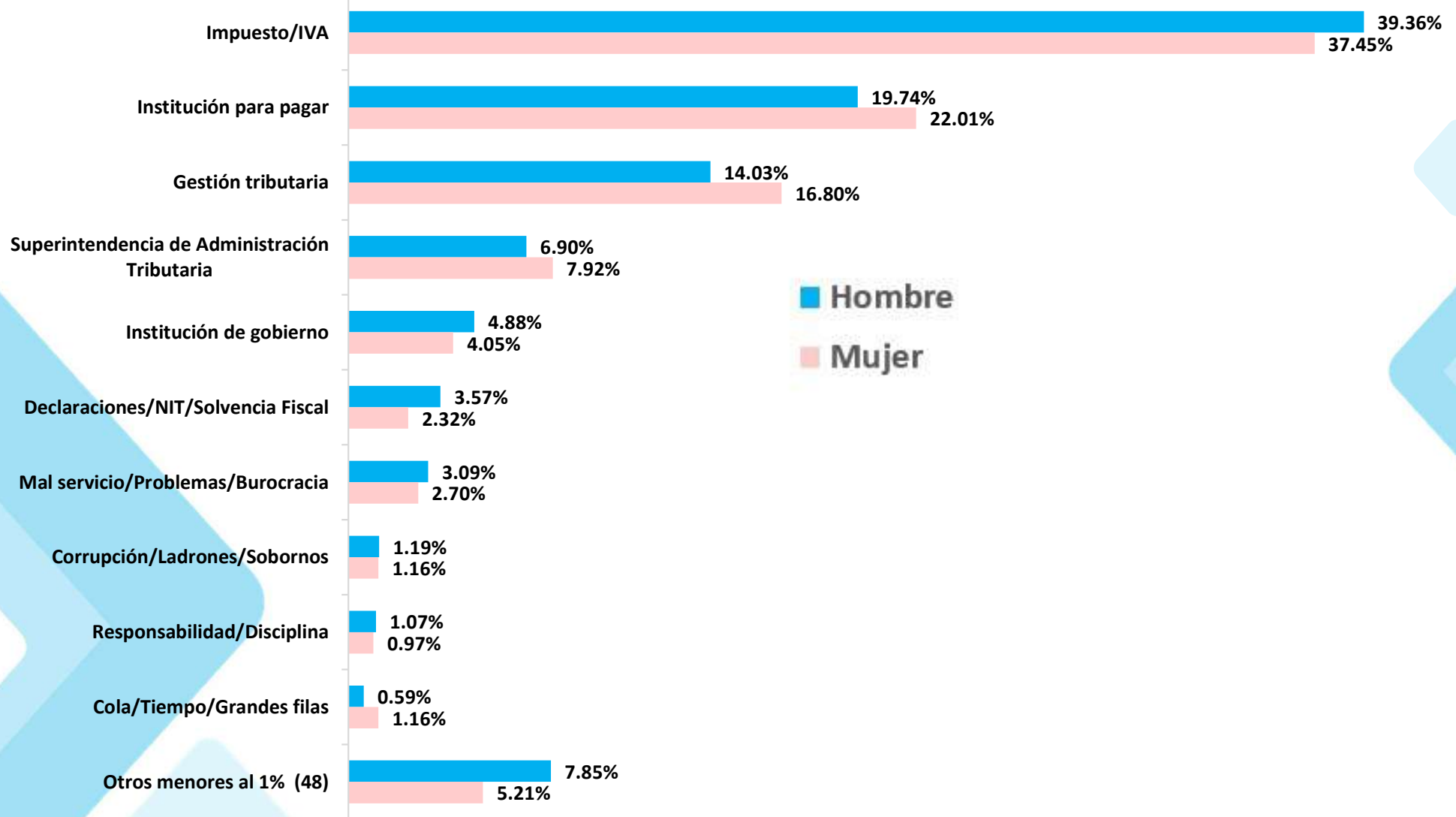
# Perfil del entrevistado

## Nombre del punto de servicio investigado



# Percepción e Imagen Institucional

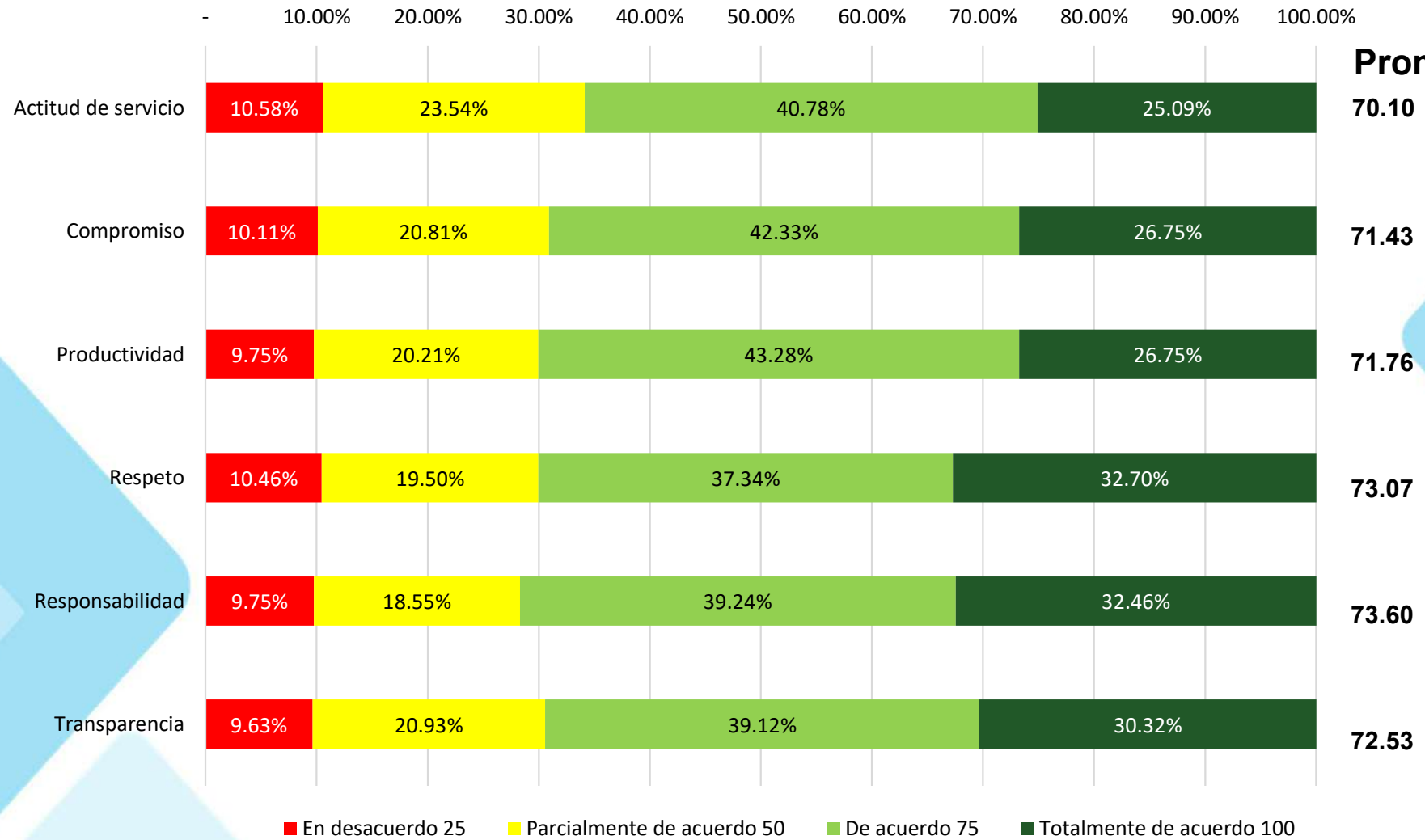
¿Qué es lo que piensa cuando escucha el nombre SAT?





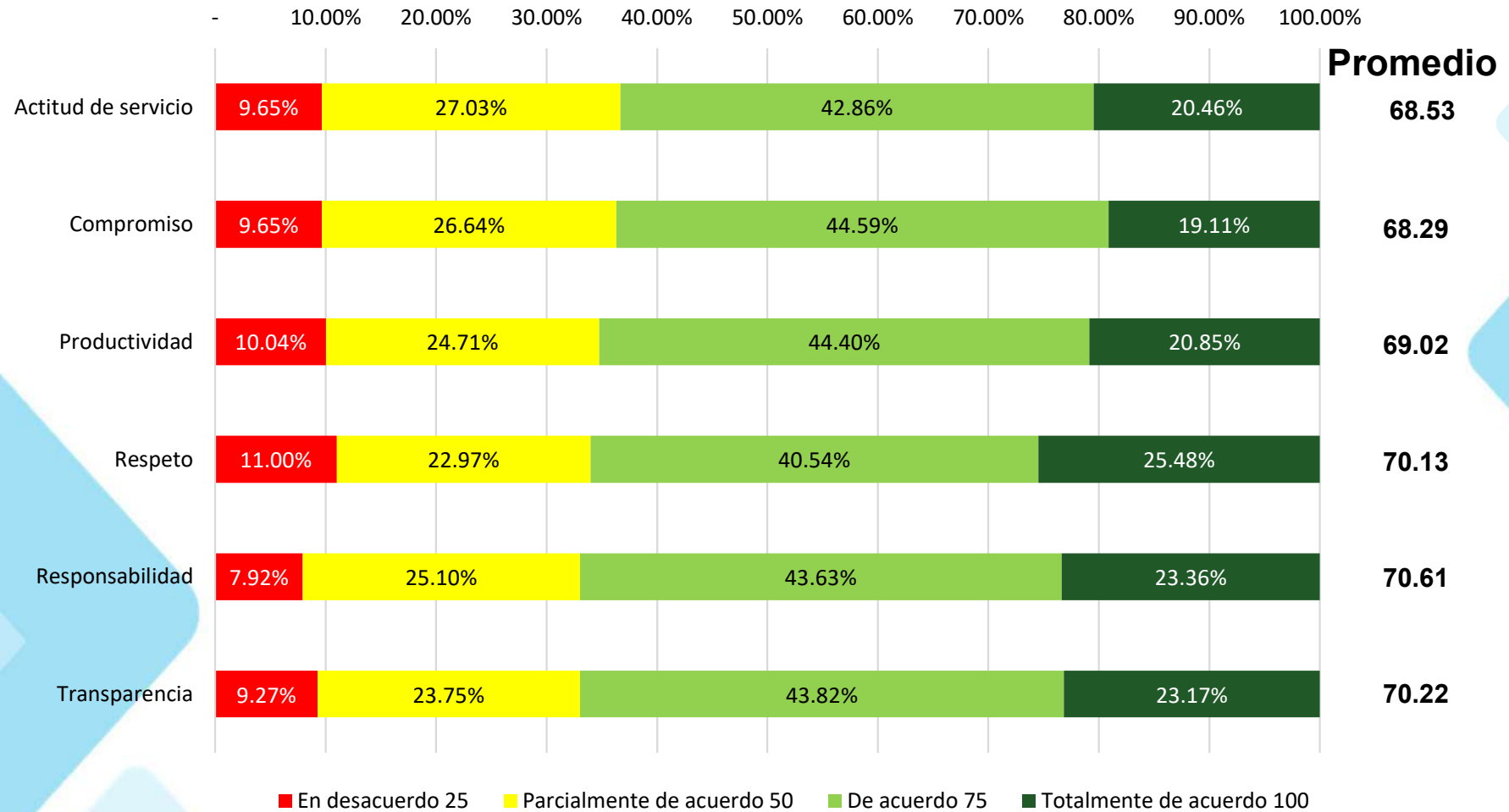
# Percepción e Imagen Institucional

¿Cómo calificaría usted los Valores Institucionales de la SAT?  
**HOMBRES**



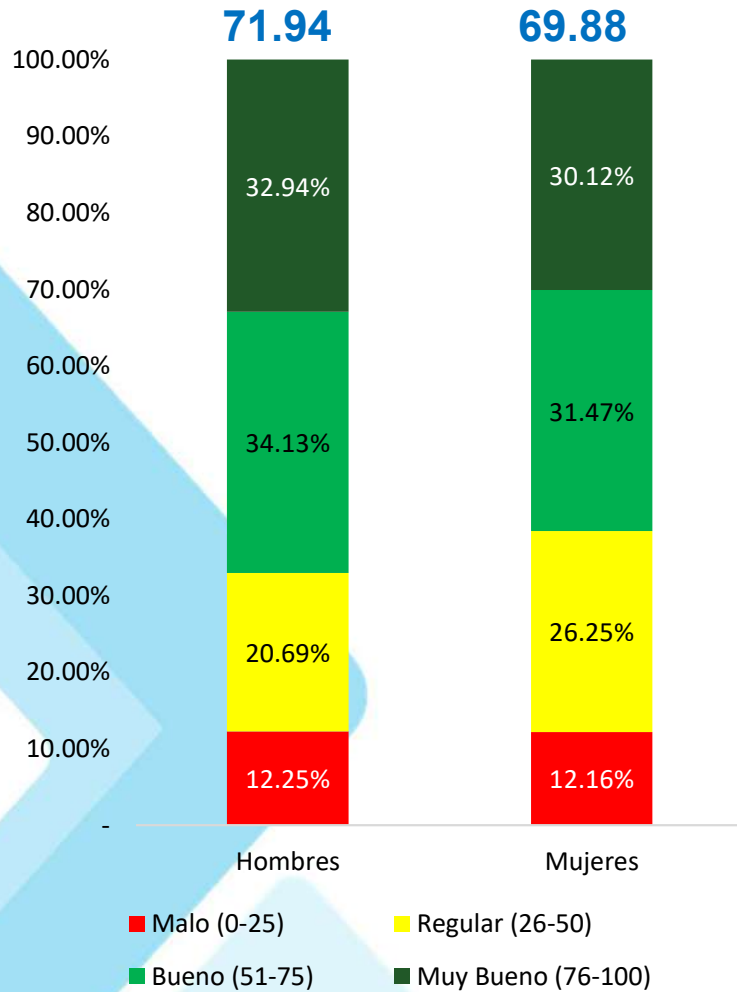
# Percepción e Imagen Institucional

¿Cómo calificaría usted los Valores Institucionales de la SAT?  
MUJERES

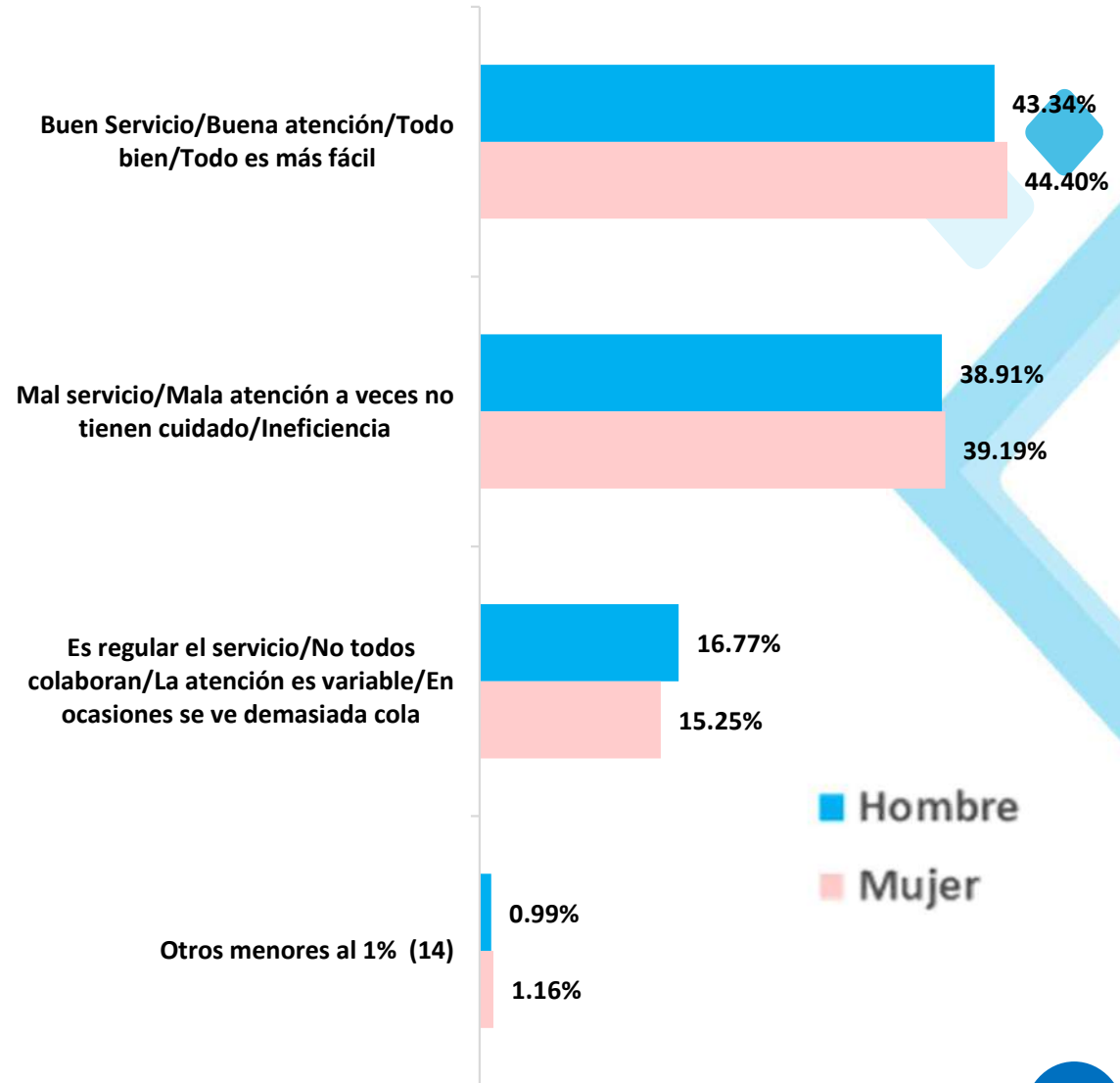


# Percepción e Imagen Institucional

A nivel general, ¿cómo calificaría el servicio que SAT presta a los contribuyentes y usuarios?

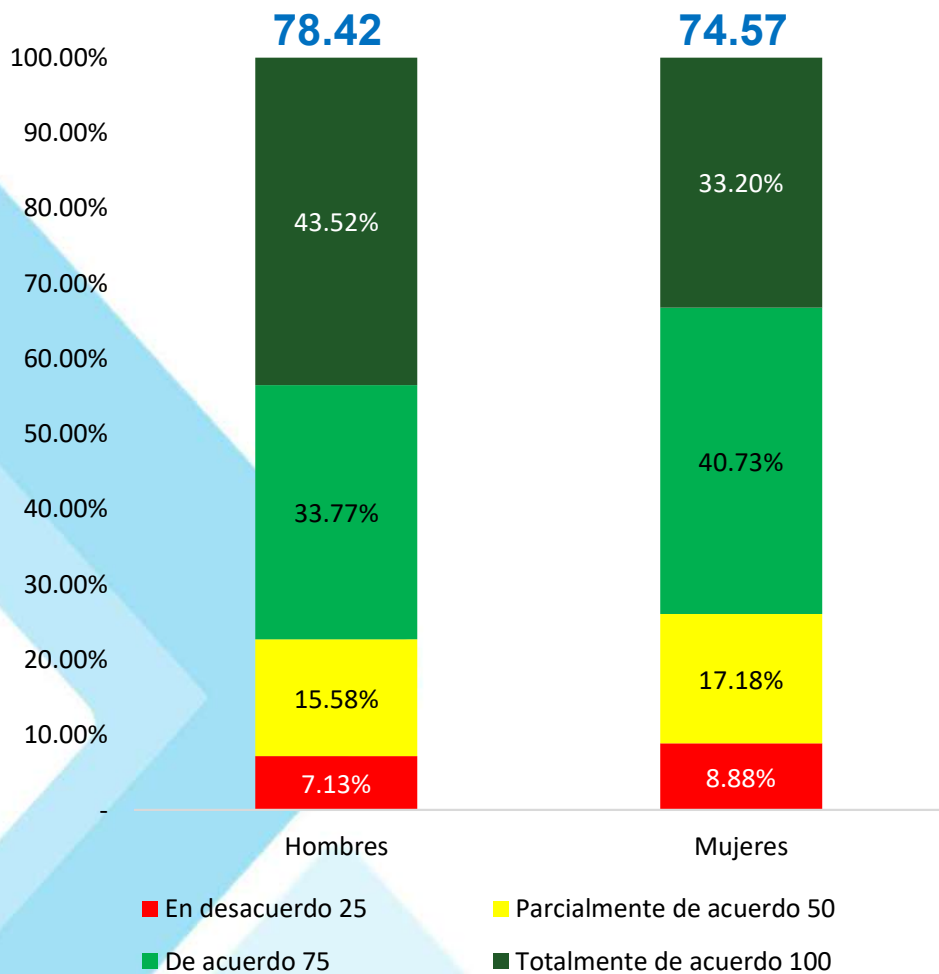


¿Por qué motivo le da esa calificación?

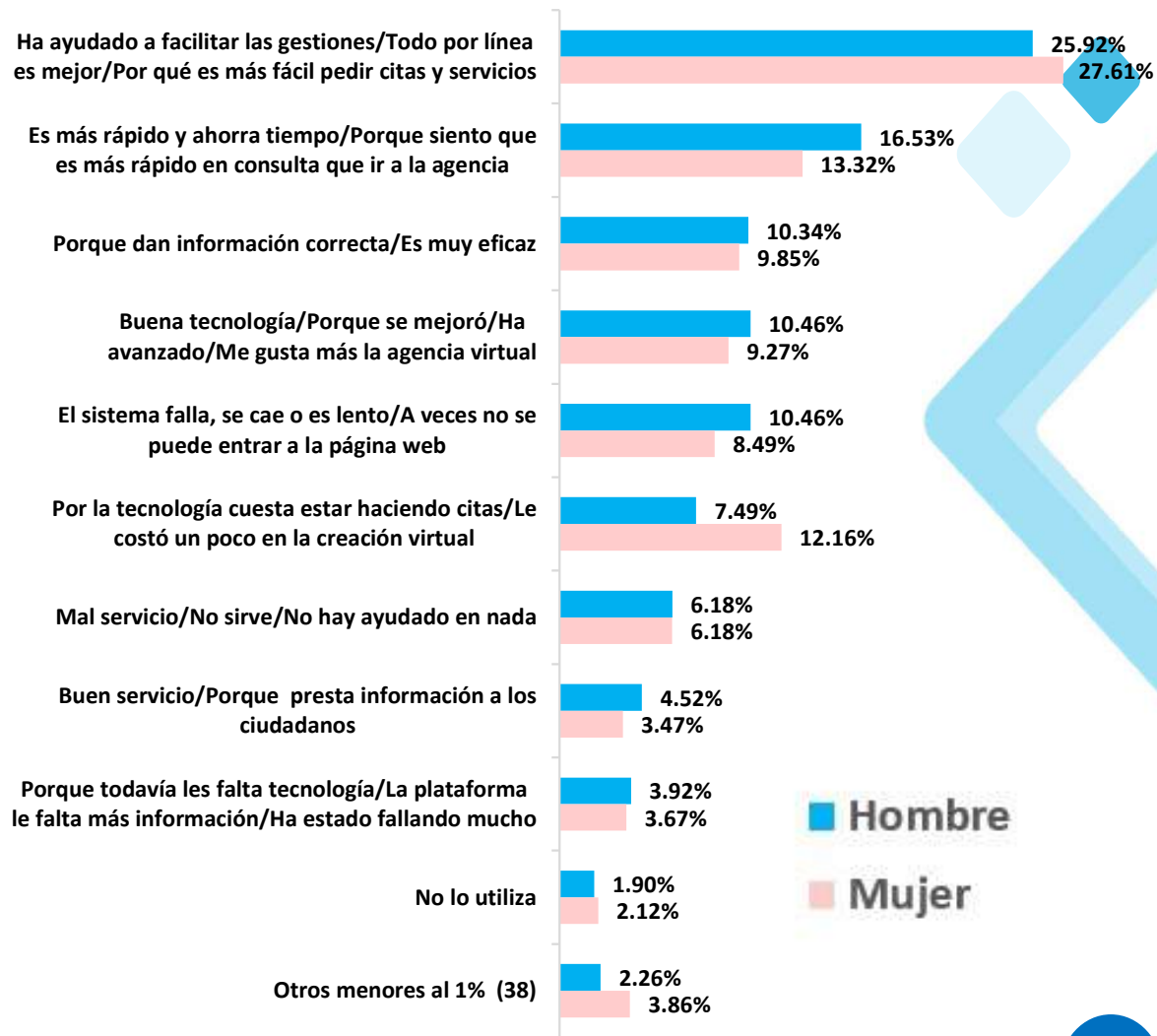


# Percepción e Imagen Institucional

¿Qué calificación le daría a la afirmación: La tecnología de información y comunicación me facilitó el uso de los servicios de la SAT?



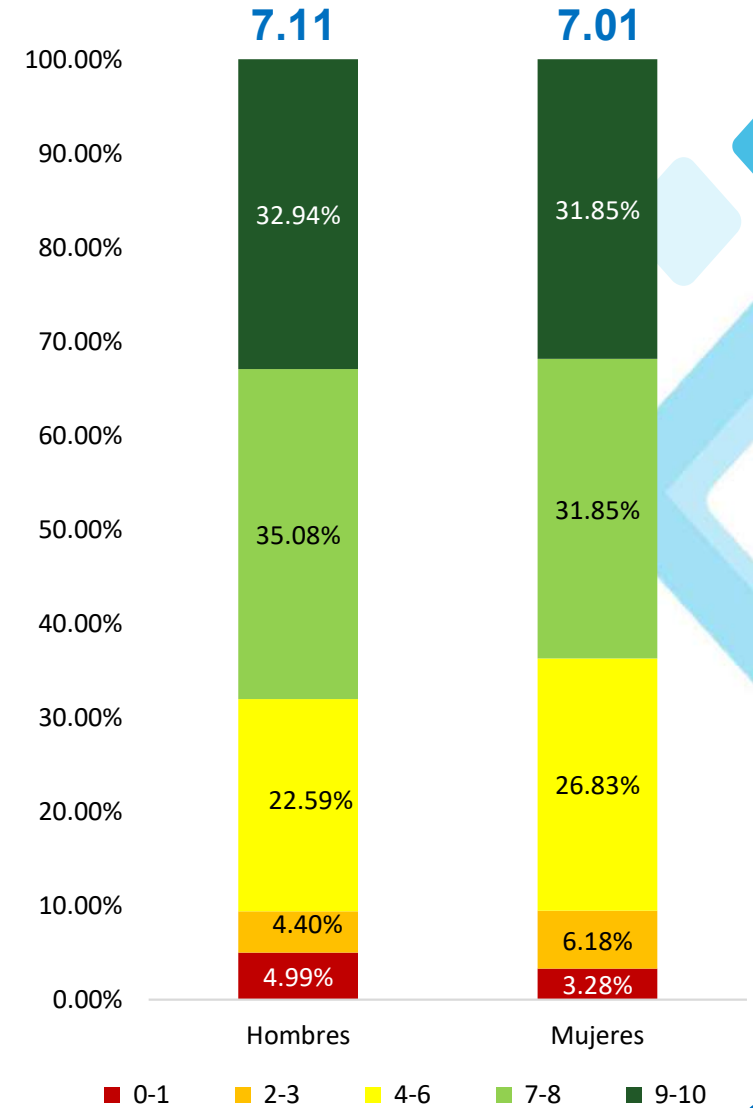
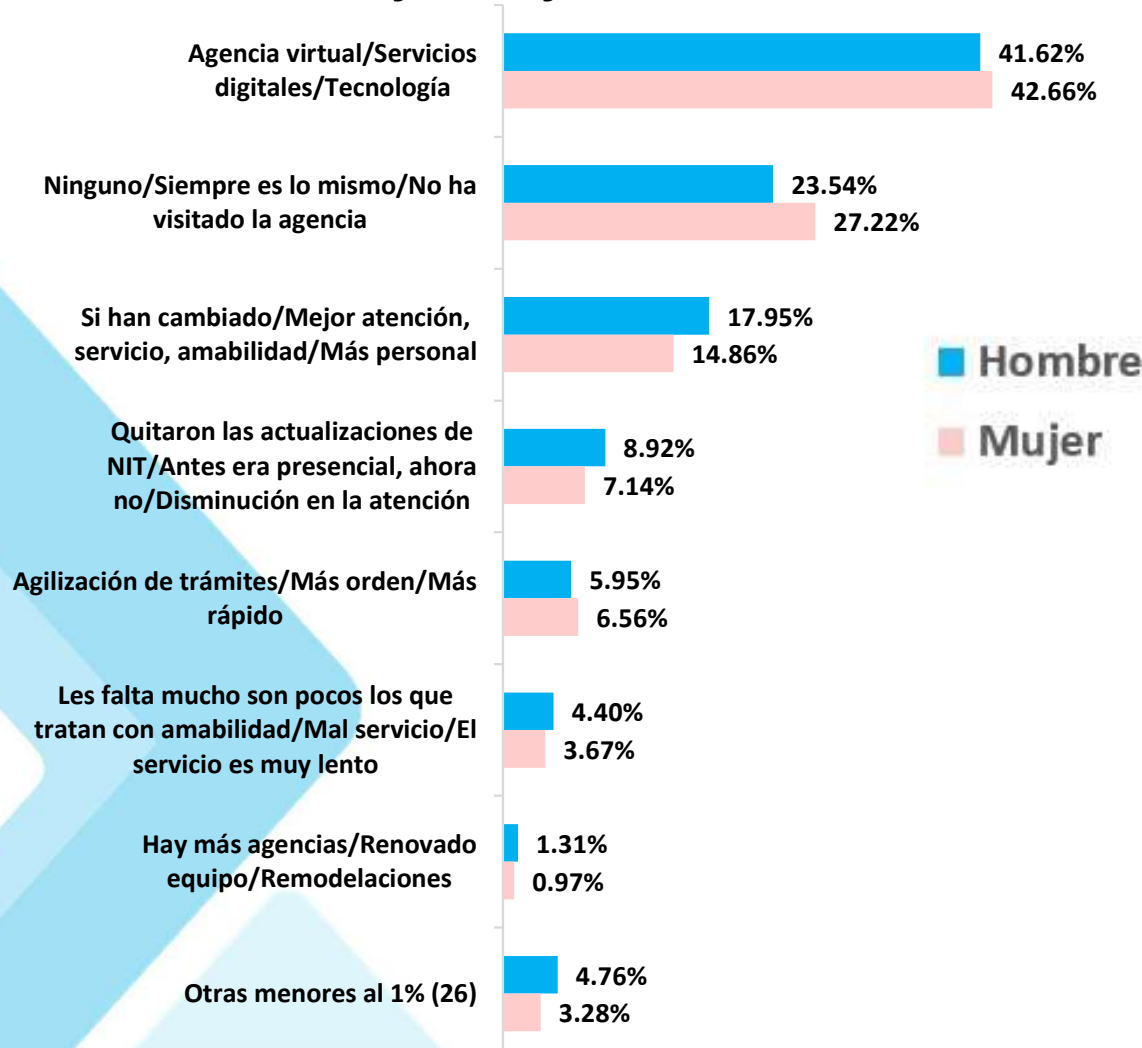
¿Por qué motivo le da esa calificación?



# Percepción e Imagen Institucional

En los últimos dos años ¿Qué cambios ha percibido en los **SERVICIOS** que la SAT brinda a los contribuyentes y usuarios?

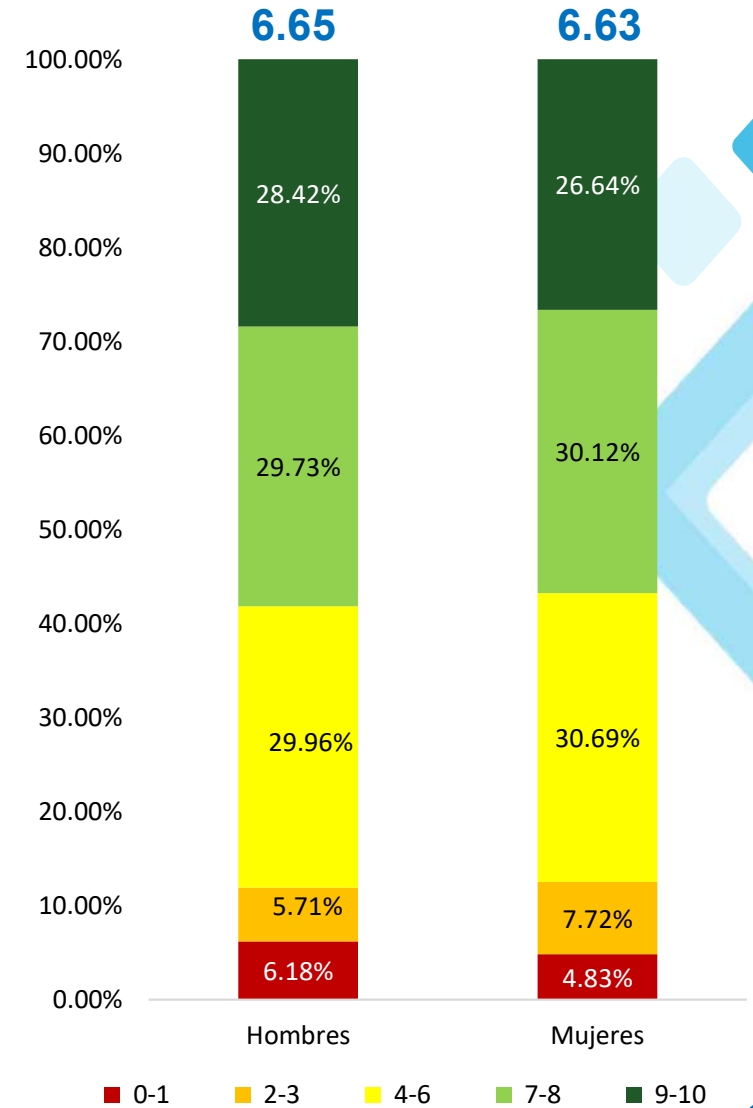
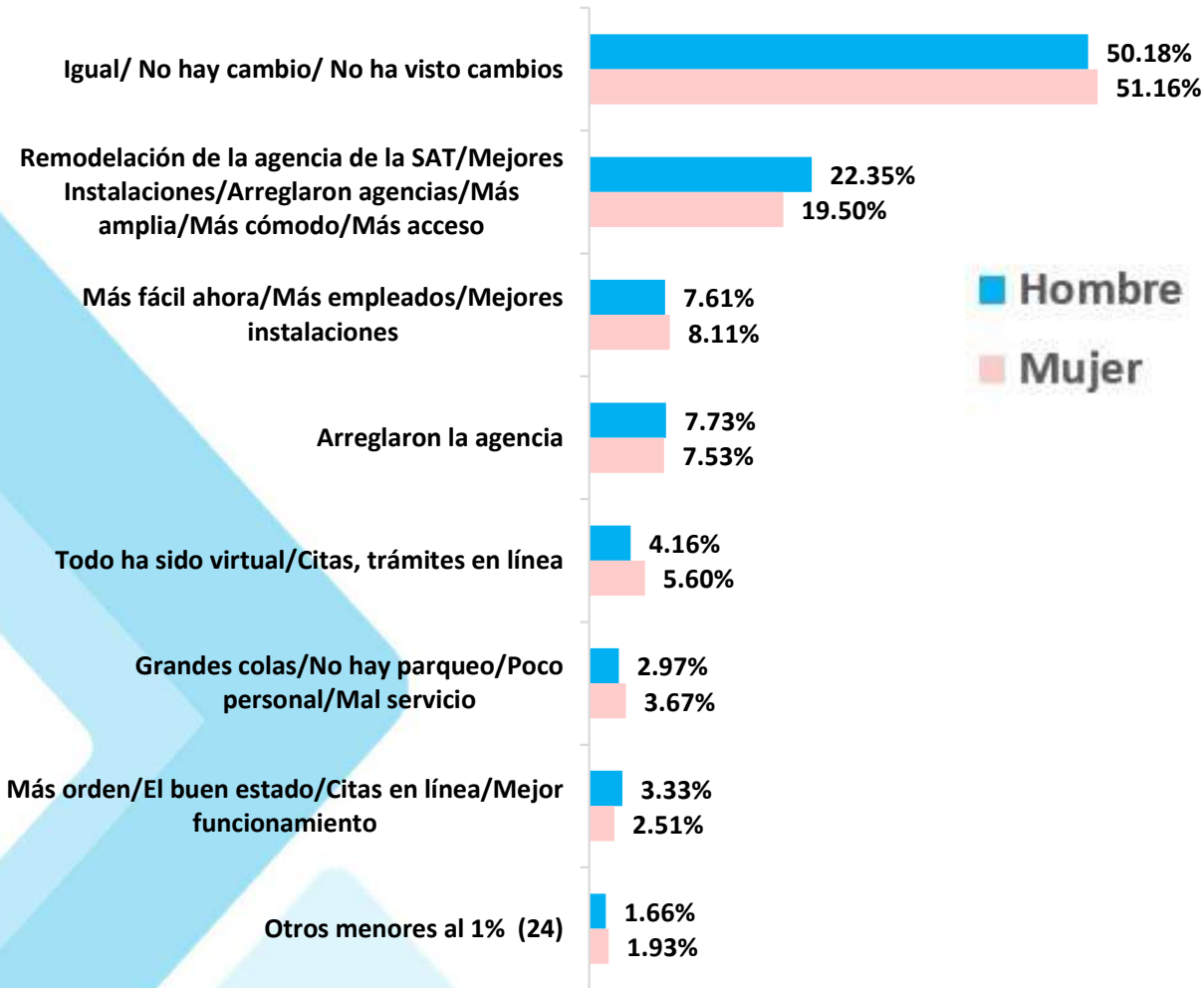
¿Qué calificación les daría a esos cambios?



# Percepción e Imagen Institucional

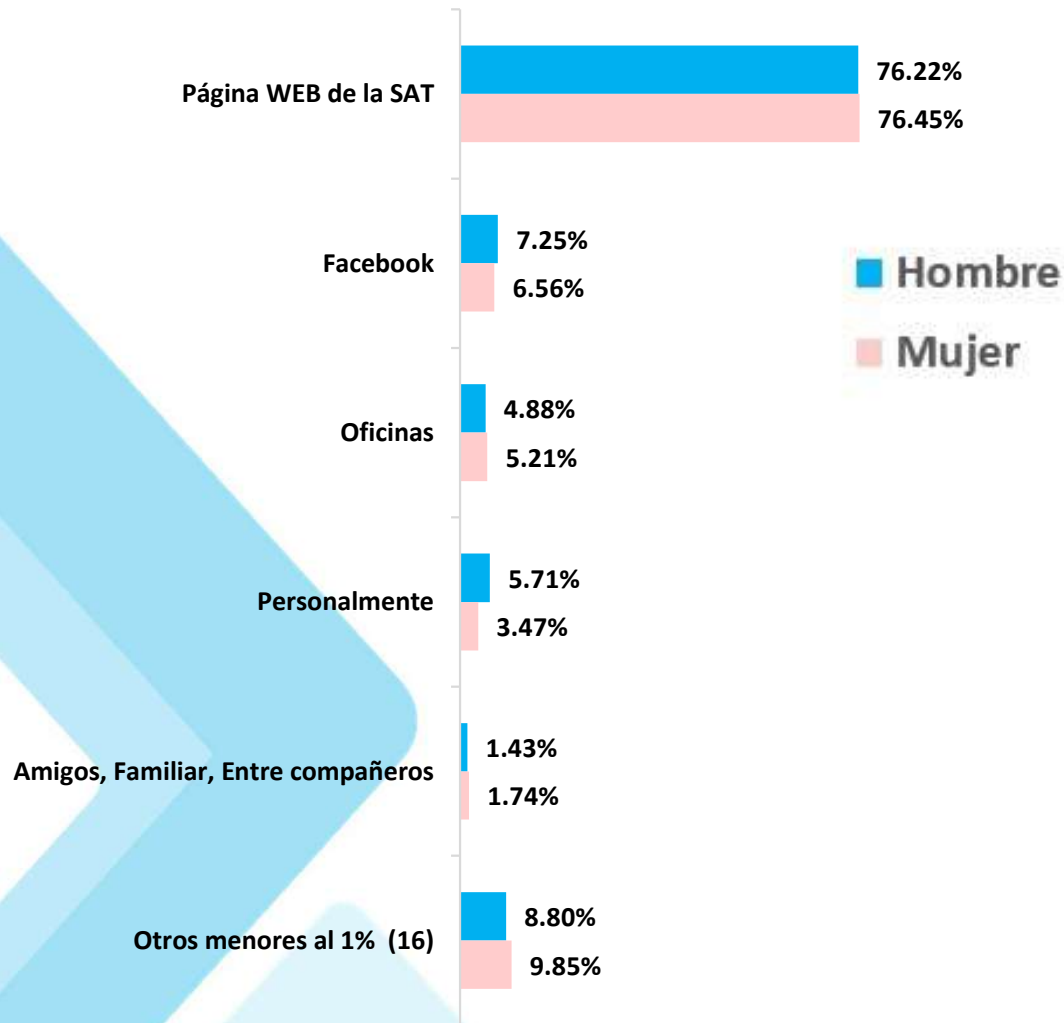
En los últimos dos años ¿Qué cambios ha percibido en LAS INSTALACIONES que la SAT brinda a los contribuyentes y usuarios?

¿Qué calificación les daría a esos cambios?

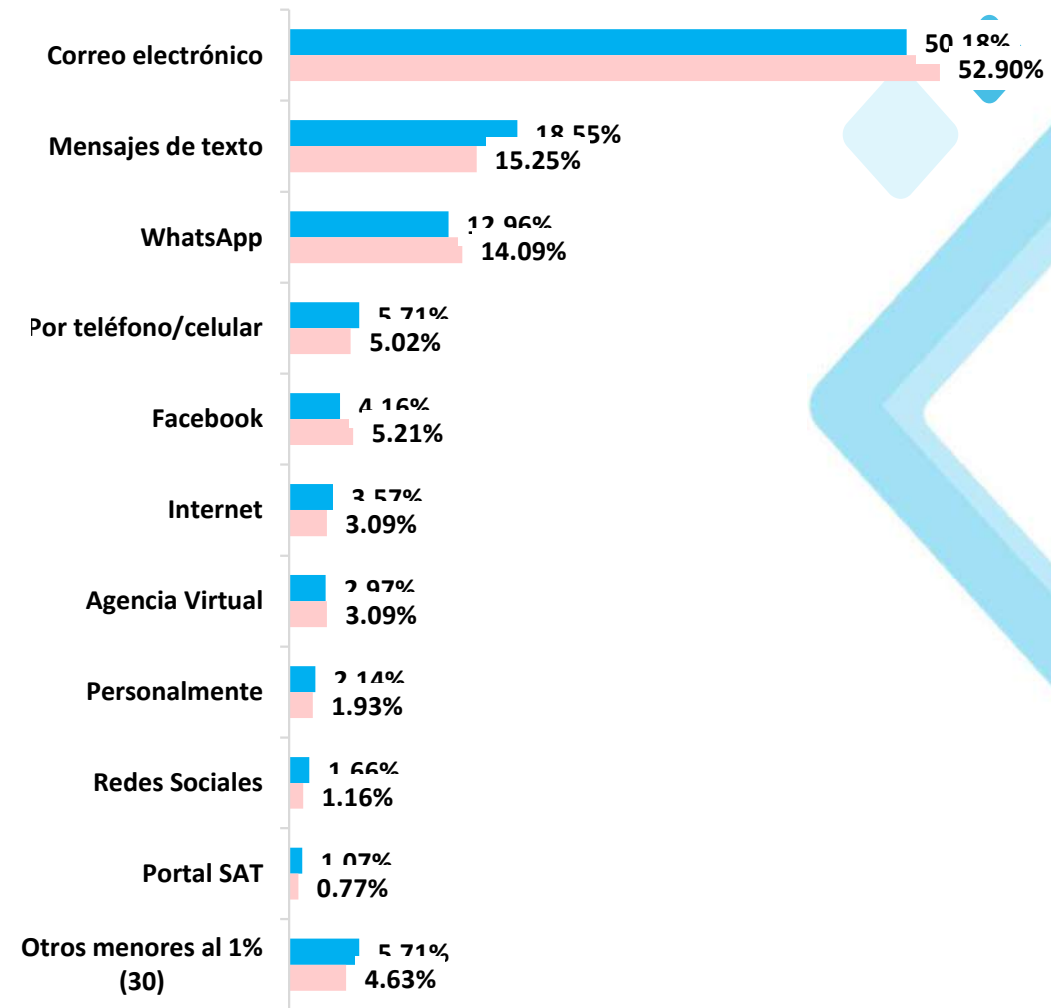


# Medios de comunicación

Cuando necesita información de cómo hacer un trámite en la SAT, ¿En dónde consulta?



¿Por qué medio le gustaría recibir información sobre el pago de impuestos?



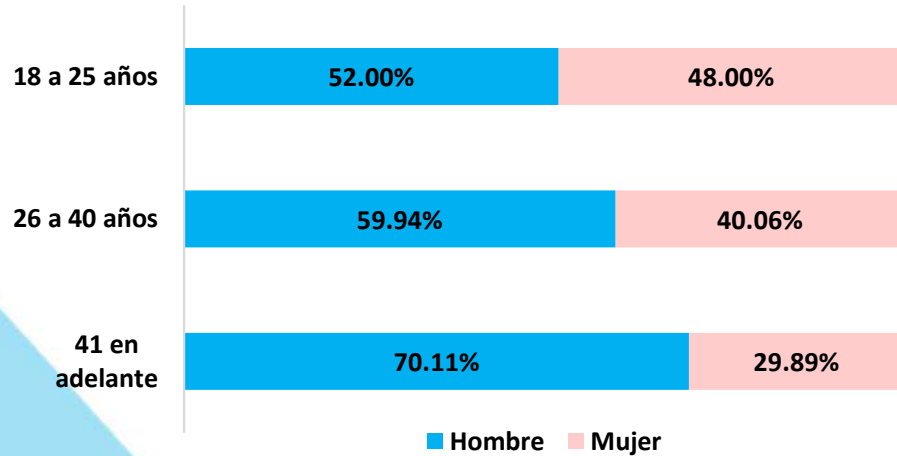
# Rango de Edad

<b>18 a 25 años</b>	<b>250</b>
<b>26 a 40 años</b>	<b>654</b>
<b>41 en adelante</b>	<b>455</b>

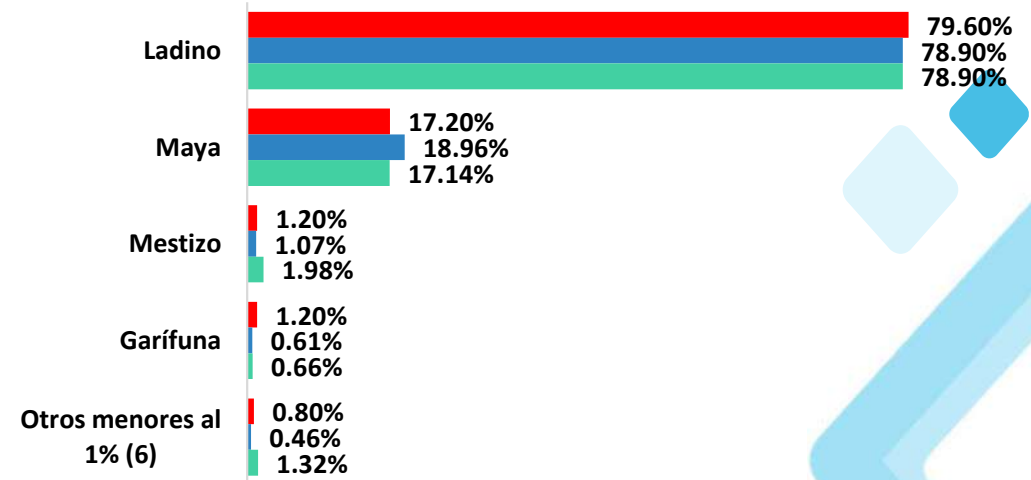


# Perfil del entrevistado

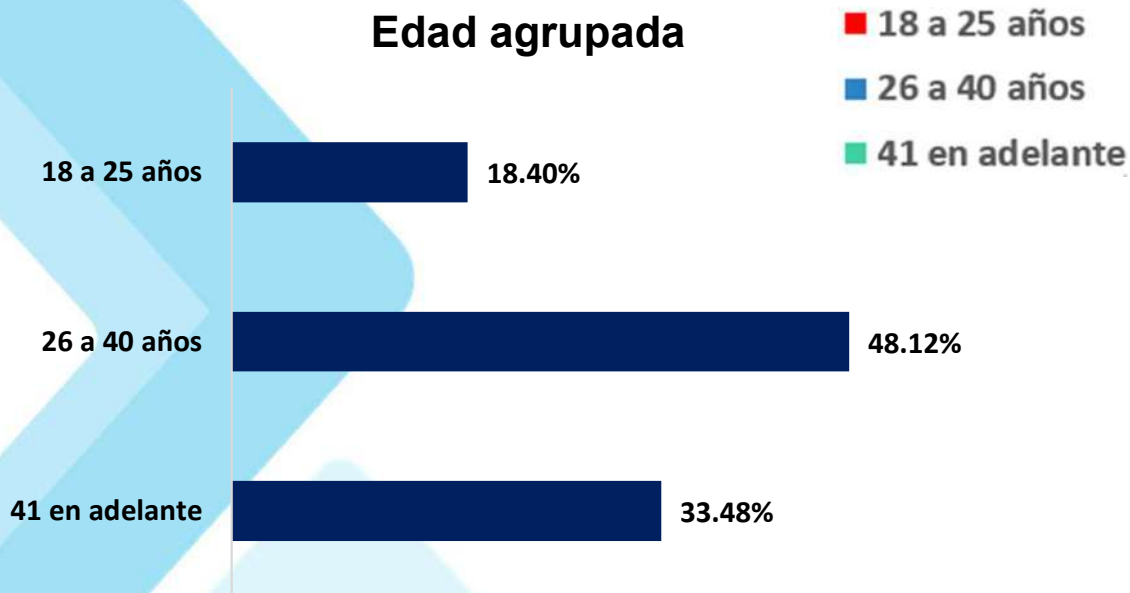
## Género



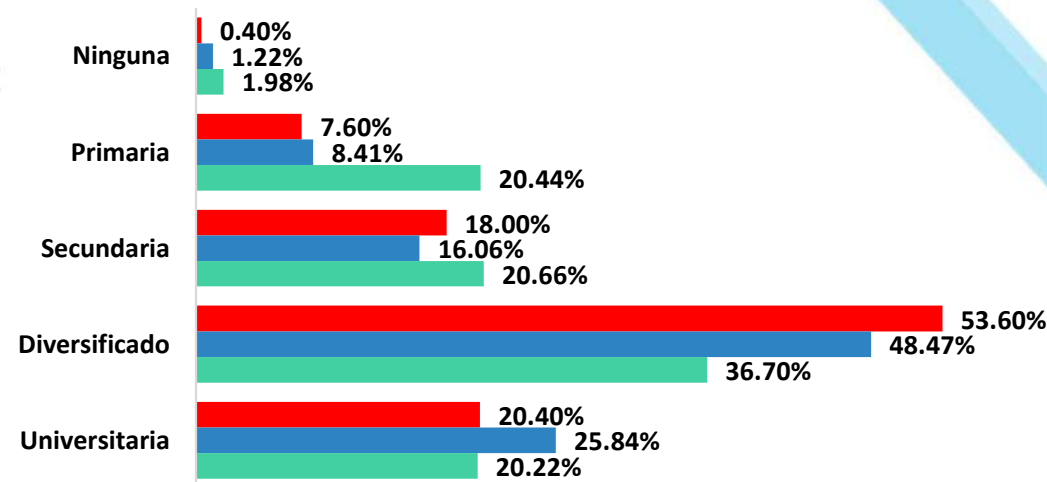
## ¿Cuál es la etnia con la que se identifica?



## Edad agrupada

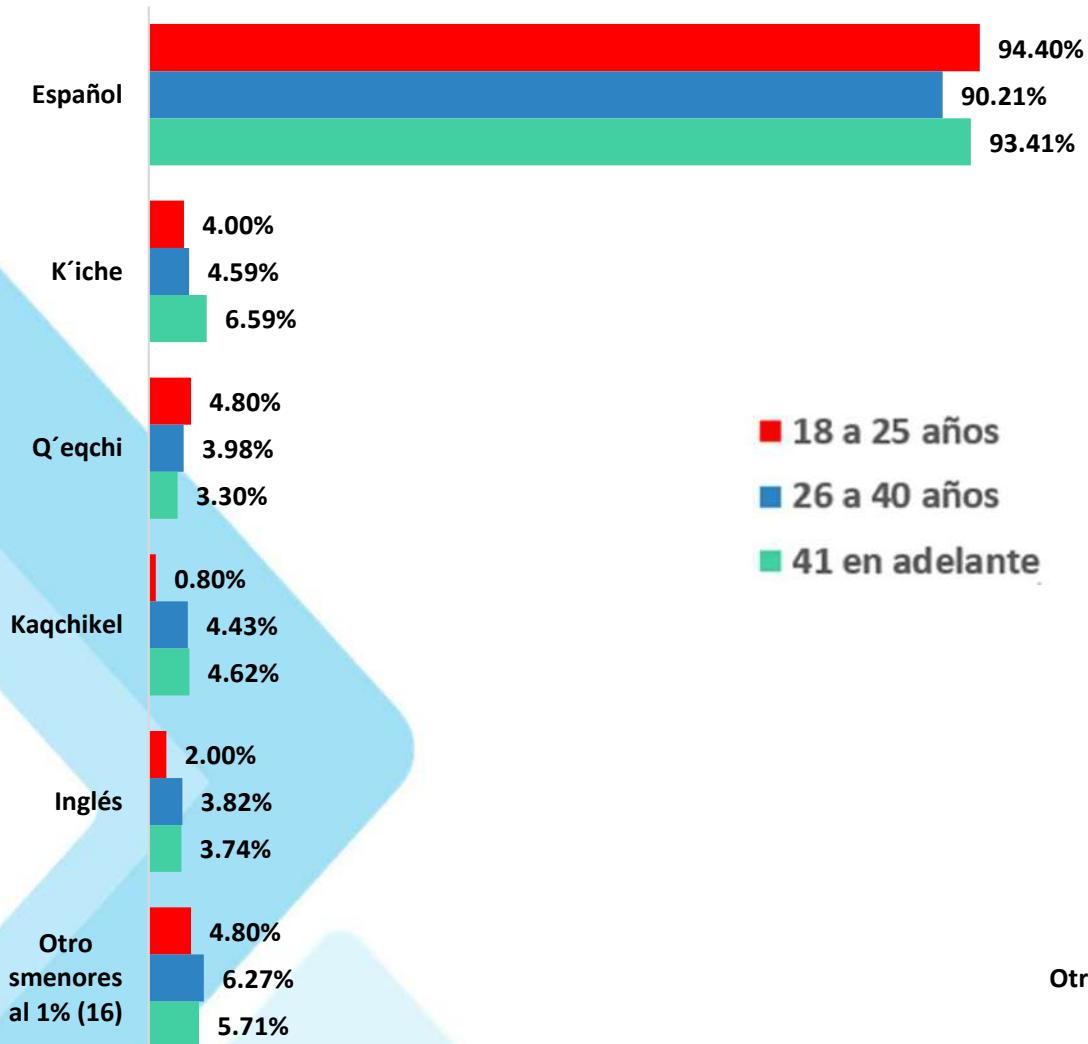


## Escolaridad



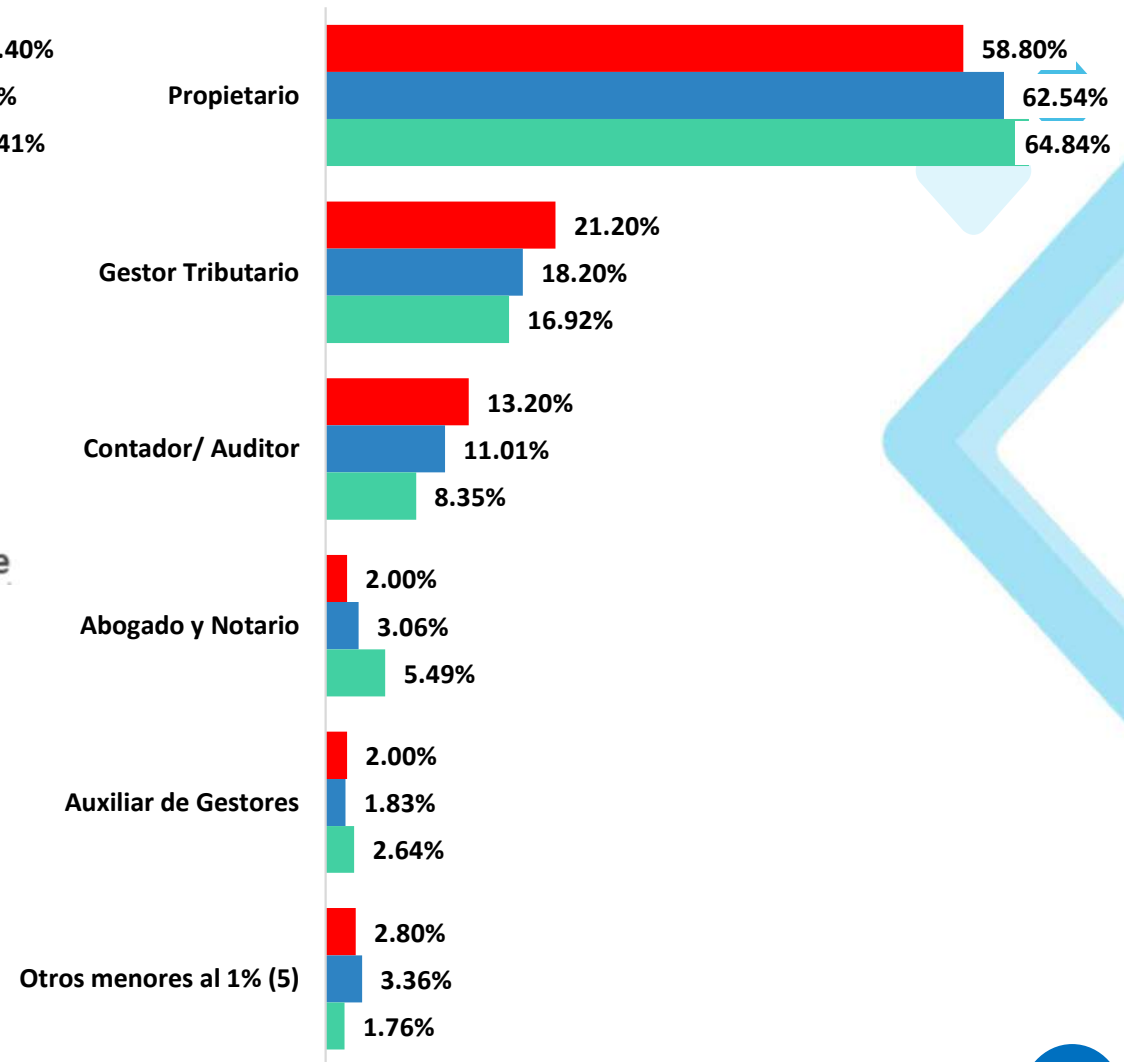
# Perfil del entrevistado

## Idioma (s) que habla



■ 18 a 25 años  
■ 26 a 40 años  
■ 41 en adelante

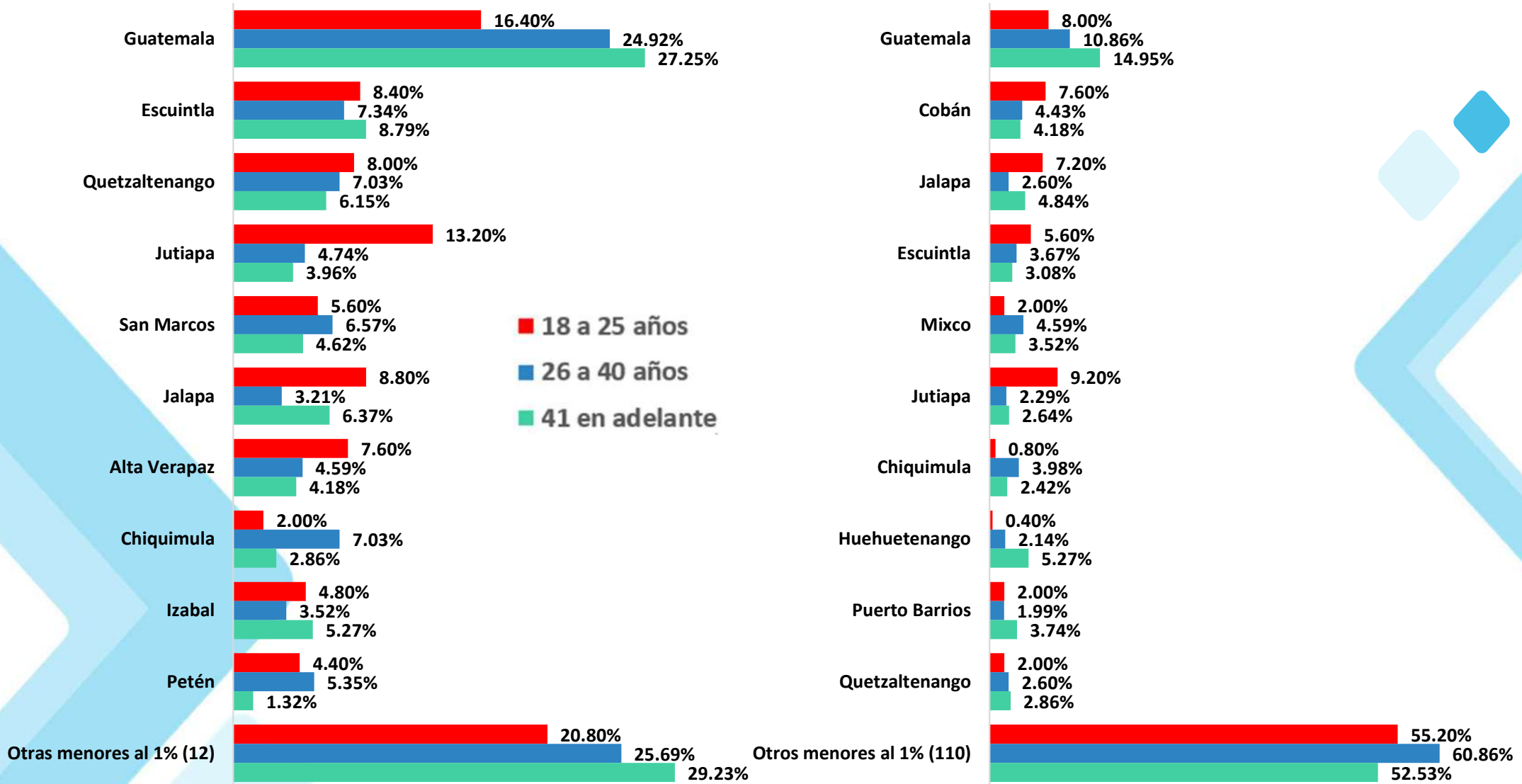
## Calidad de personería con la que actuó para realizar su trámite o gestión tributaria



# Perfil del entrevistado

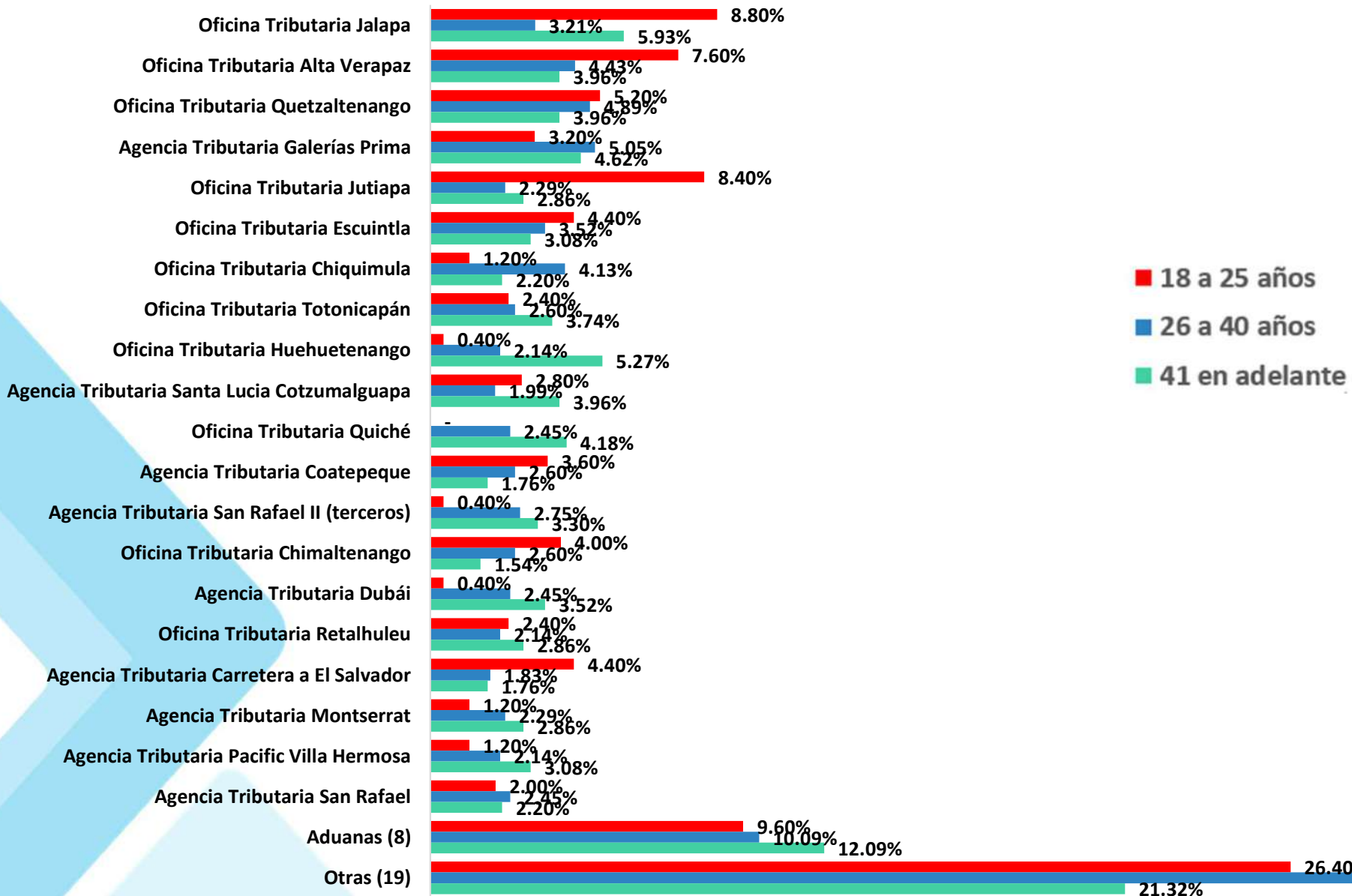
## Departamento

## Municipio



# Perfil del entrevistado

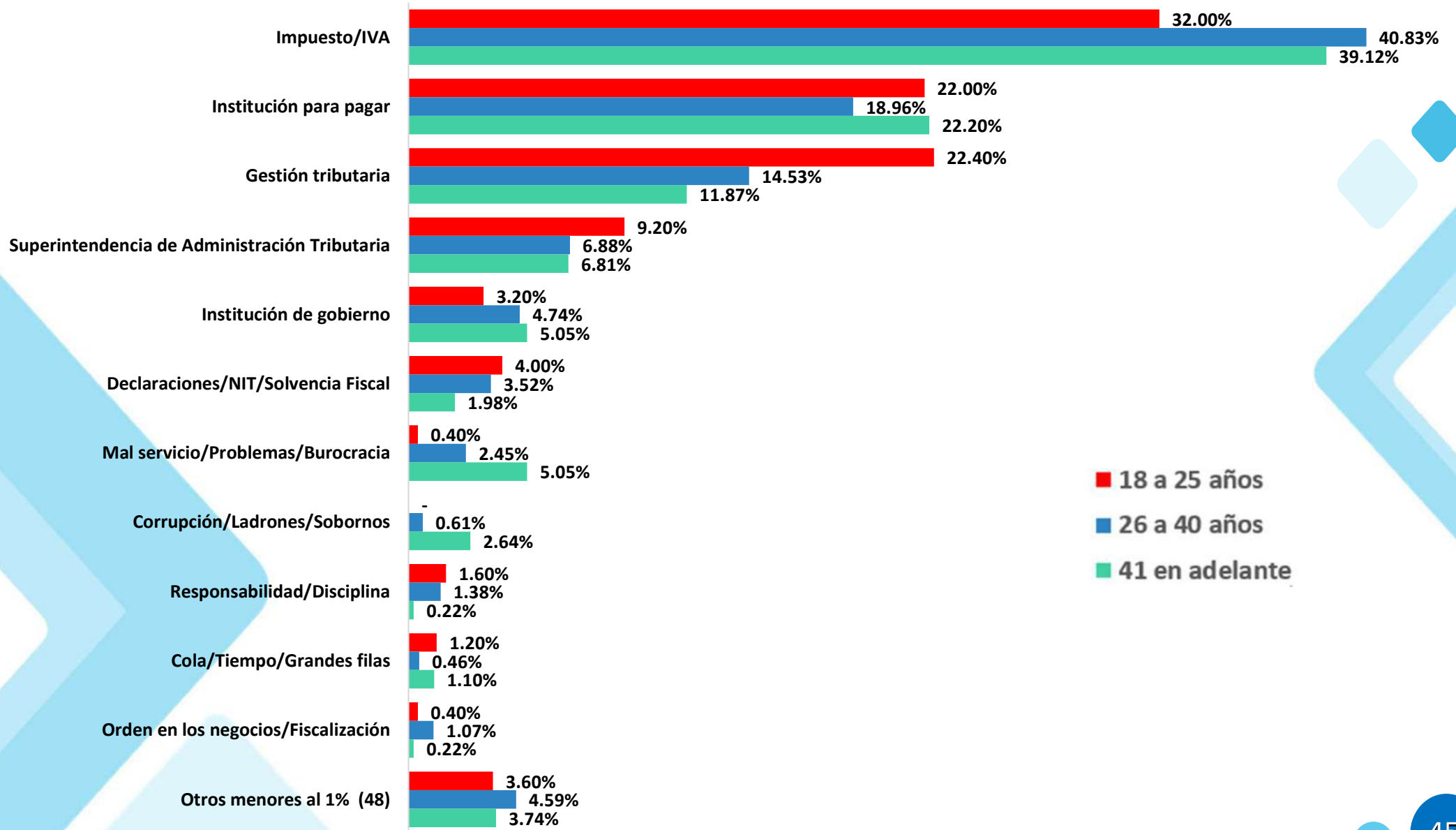
## Nombre del punto de servicio investigado



■ 18 a 25 años  
 ■ 26 a 40 años  
 ■ 41 en adelante

# Percepción e Imagen Institucional

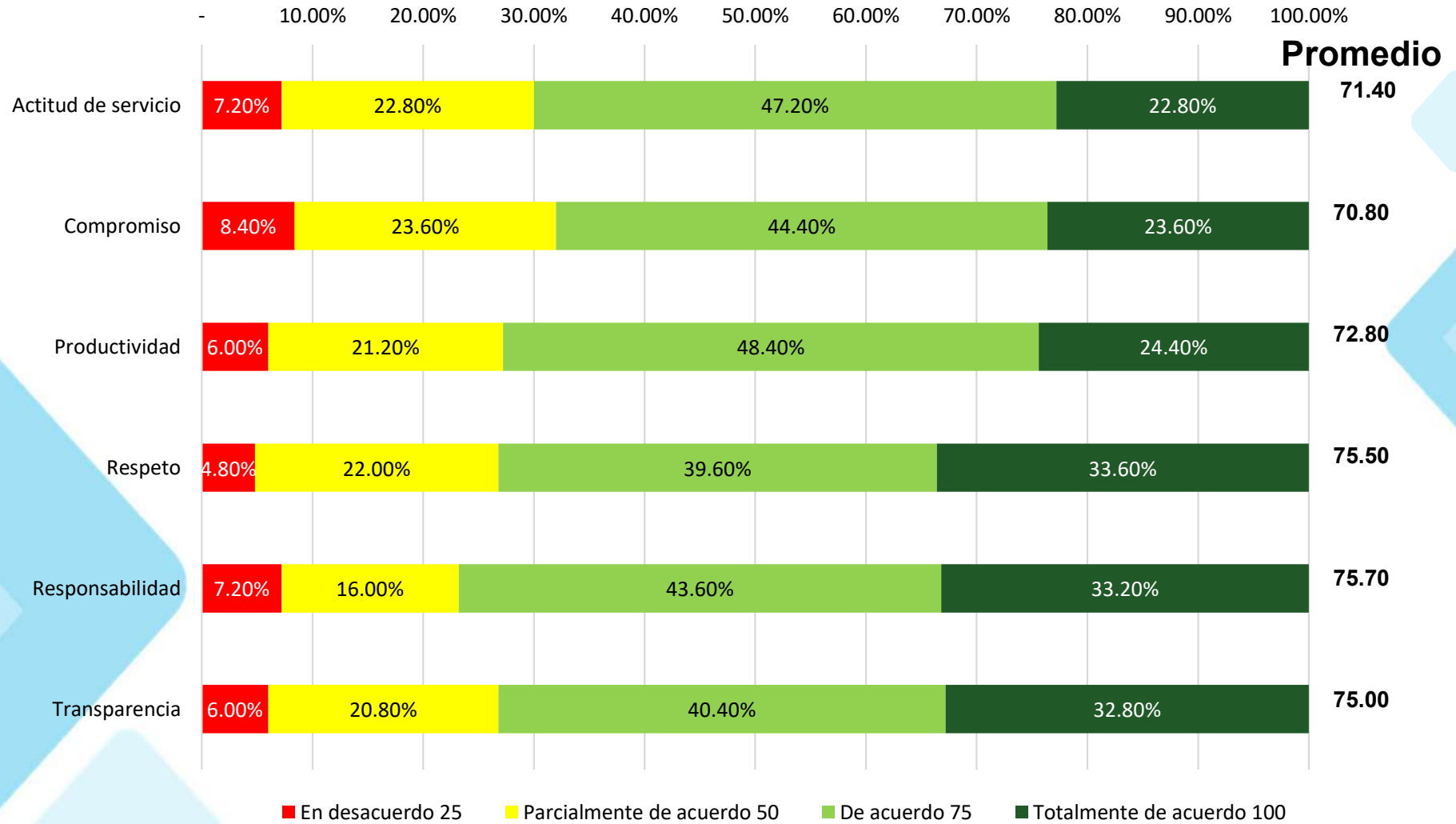
## ¿Qué es lo que piensa cuando escucha el nombre SAT?



■ 18 a 25 años  
 ■ 26 a 40 años  
 ■ 41 en adelante

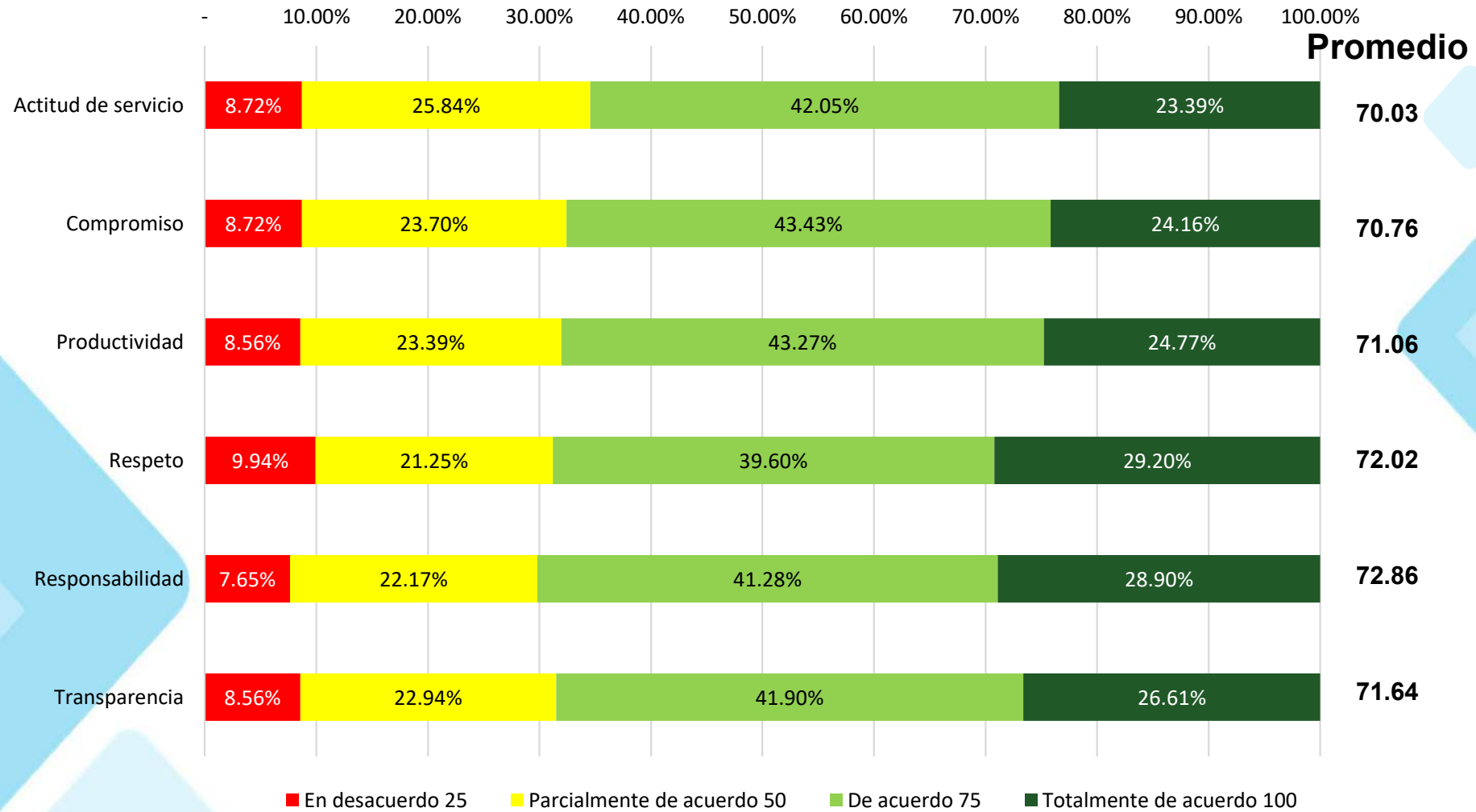
# Percepción e Imagen Institucional

¿Cómo calificaría usted los Valores Institucionales de la SAT?  
18 a 25 años



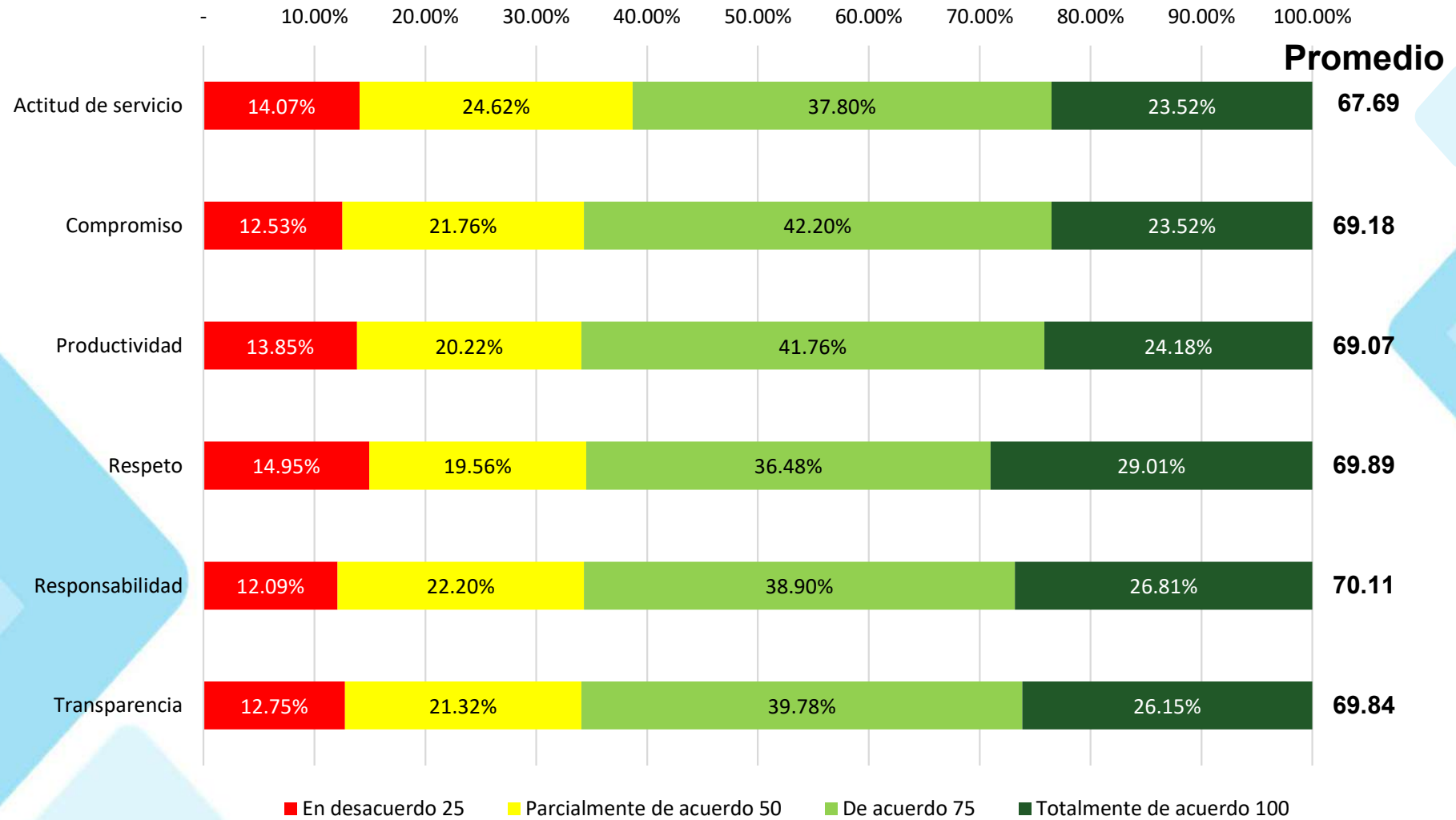
# Percepción e Imagen Institucional

¿Cómo calificaría usted los Valores Institucionales de la SAT?  
26 a 40 años



# Percepción e Imagen Institucional

¿Cómo calificaría usted los Valores Institucionales de la SAT?  
41 a más años

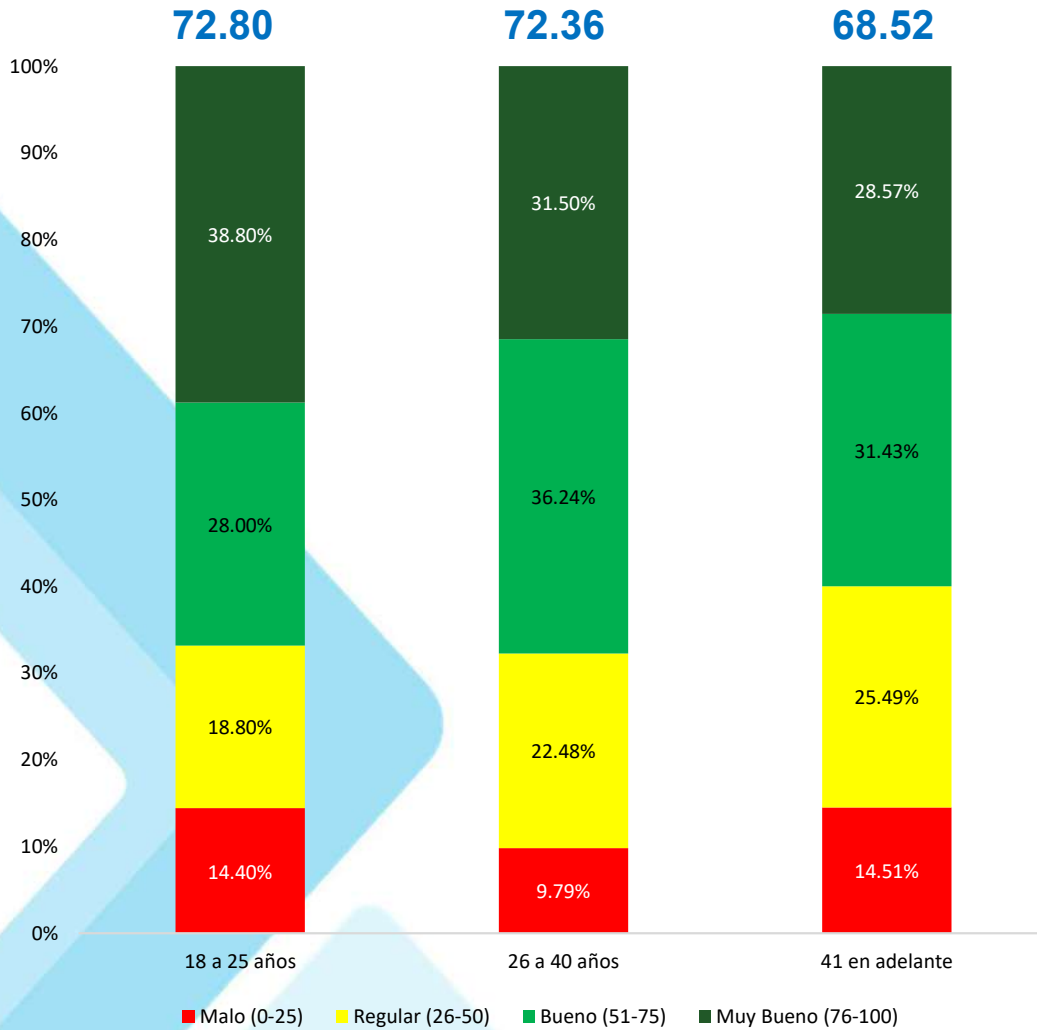


■ En desacuerdo 25 ■ Parcialmente de acuerdo 50 ■ De acuerdo 75 ■ Totalmente de acuerdo 100

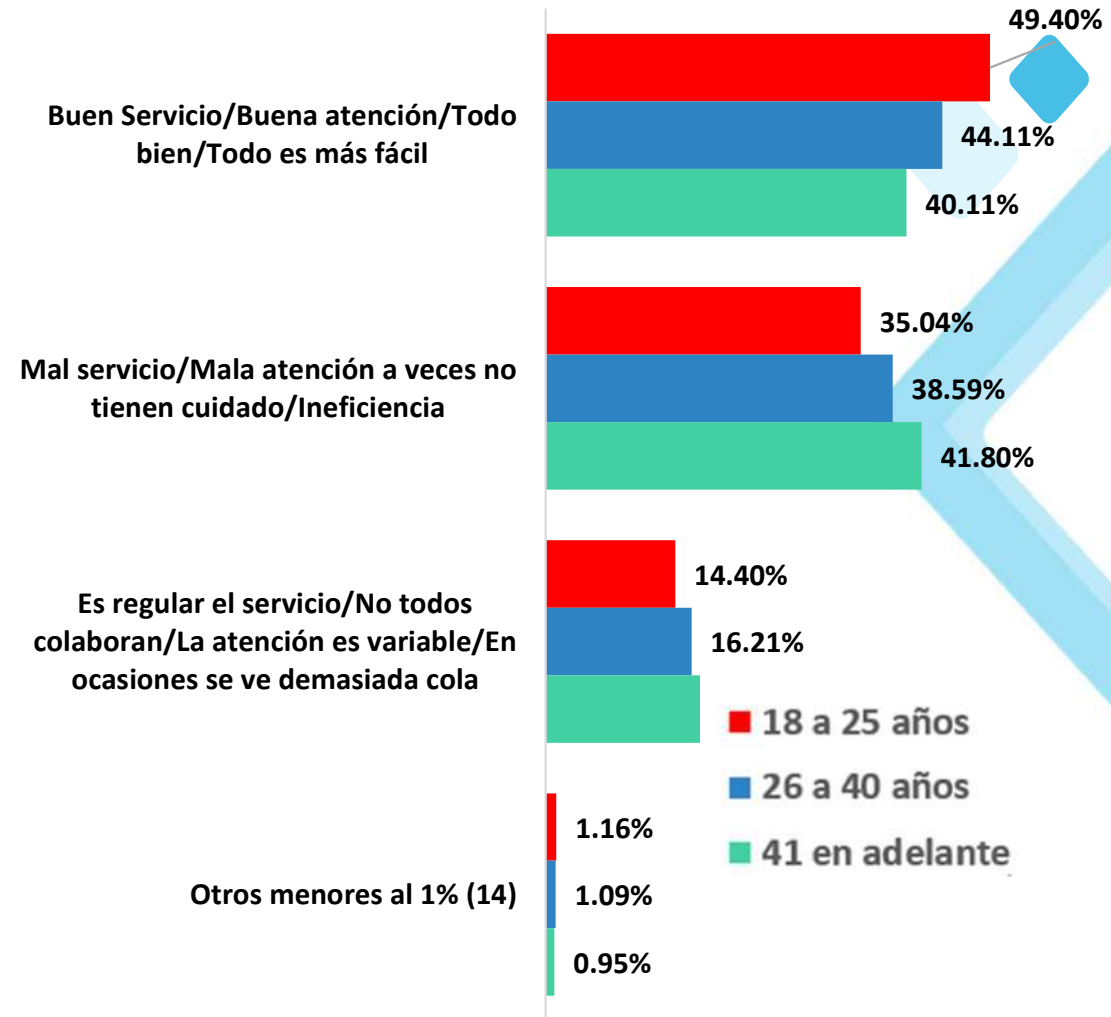


# Percepción e Imagen Institucional

A nivel general, ¿cómo calificaría el servicio que SAT presta a los contribuyentes y usuarios?

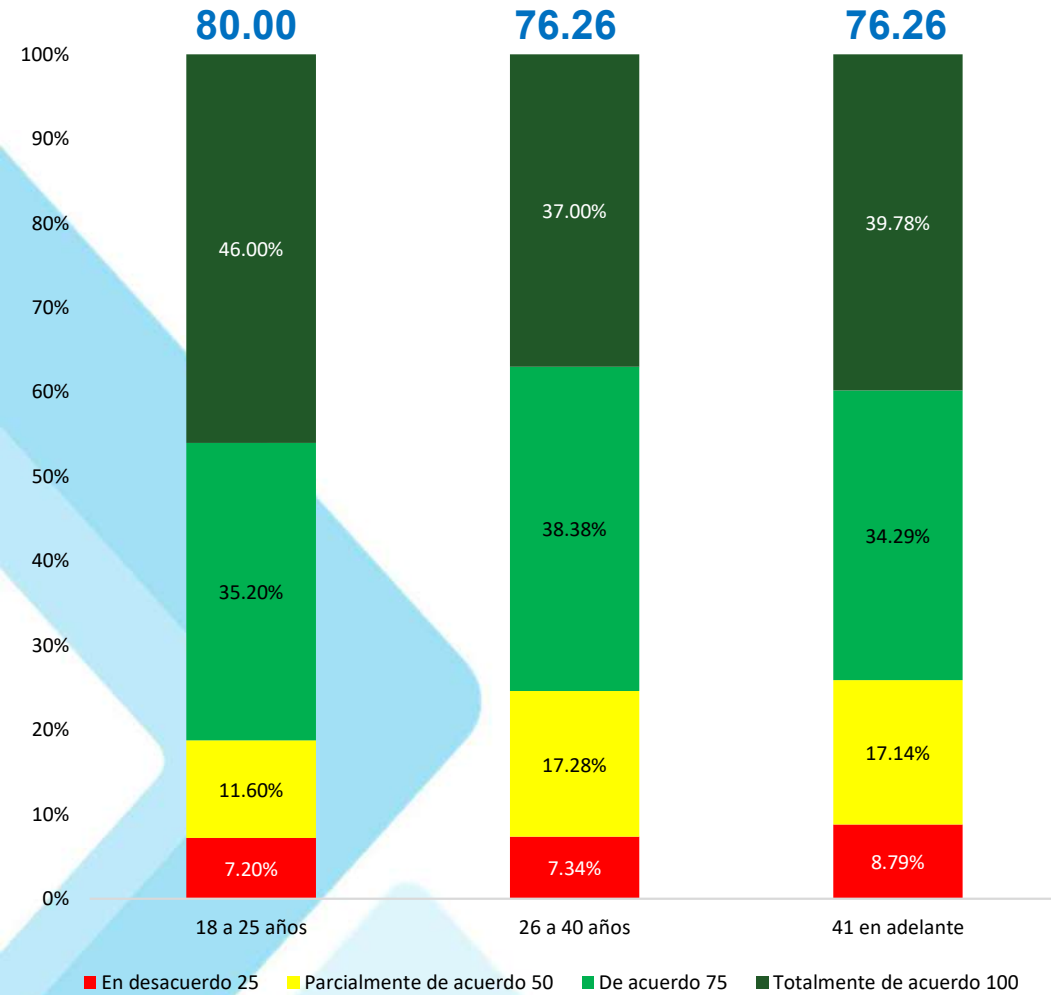


¿Por qué motivo le da esa calificación?

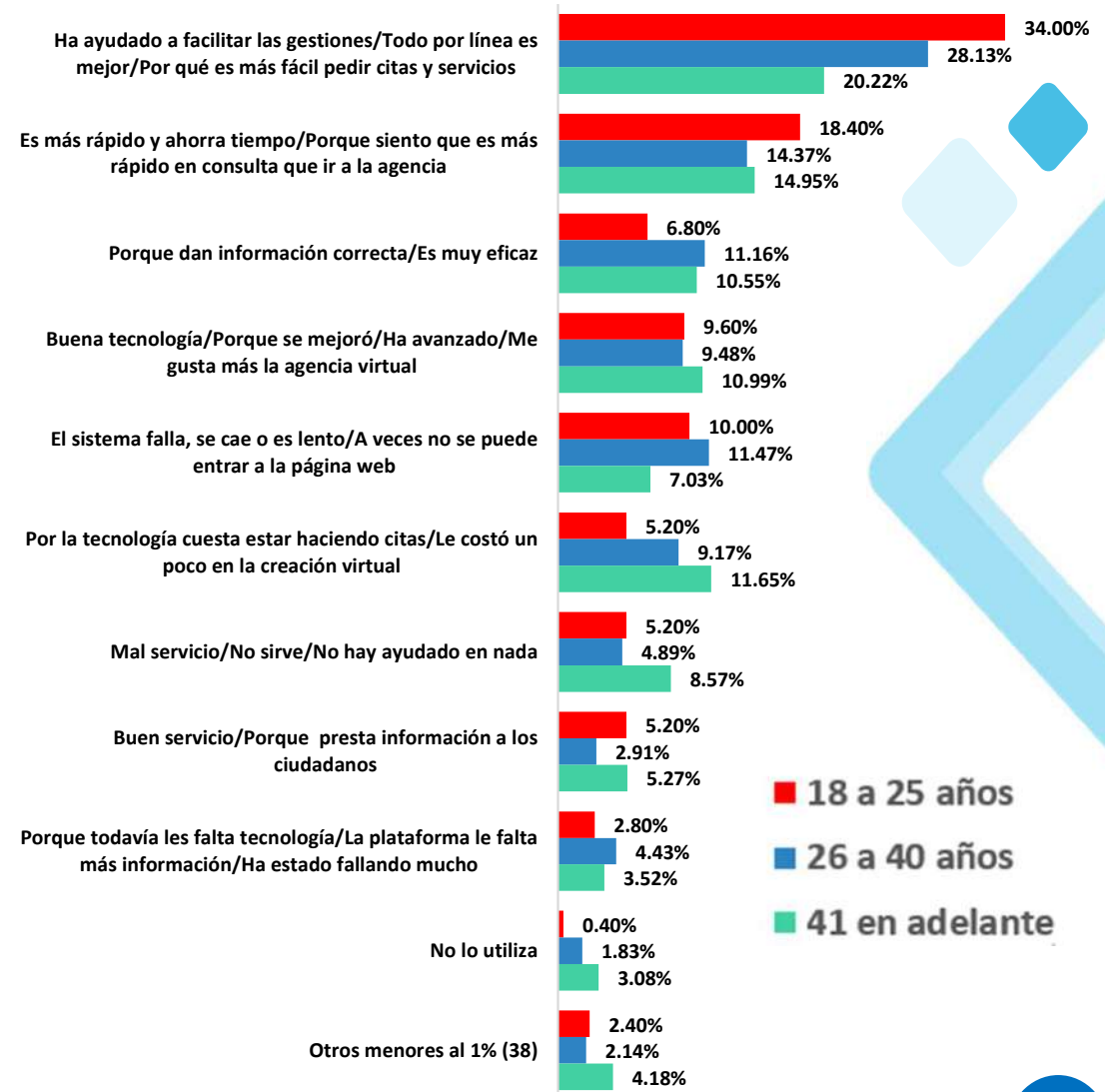


# Percepción e Imagen Institucional

¿Qué calificación le daría a la afirmación: La tecnología de información y comunicación me facilitó el uso de los servicios de la SAT?

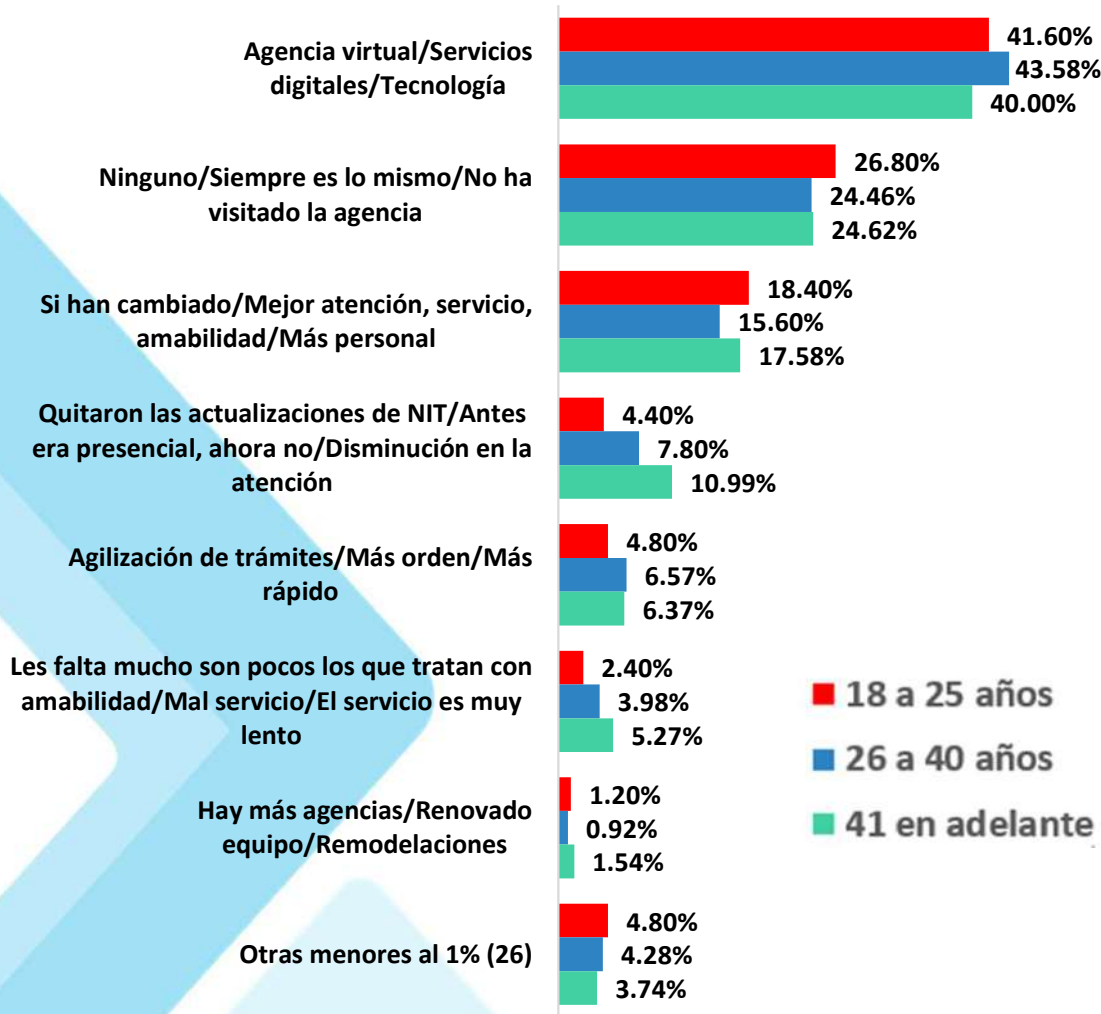


¿Por qué motivo le da esa calificación?

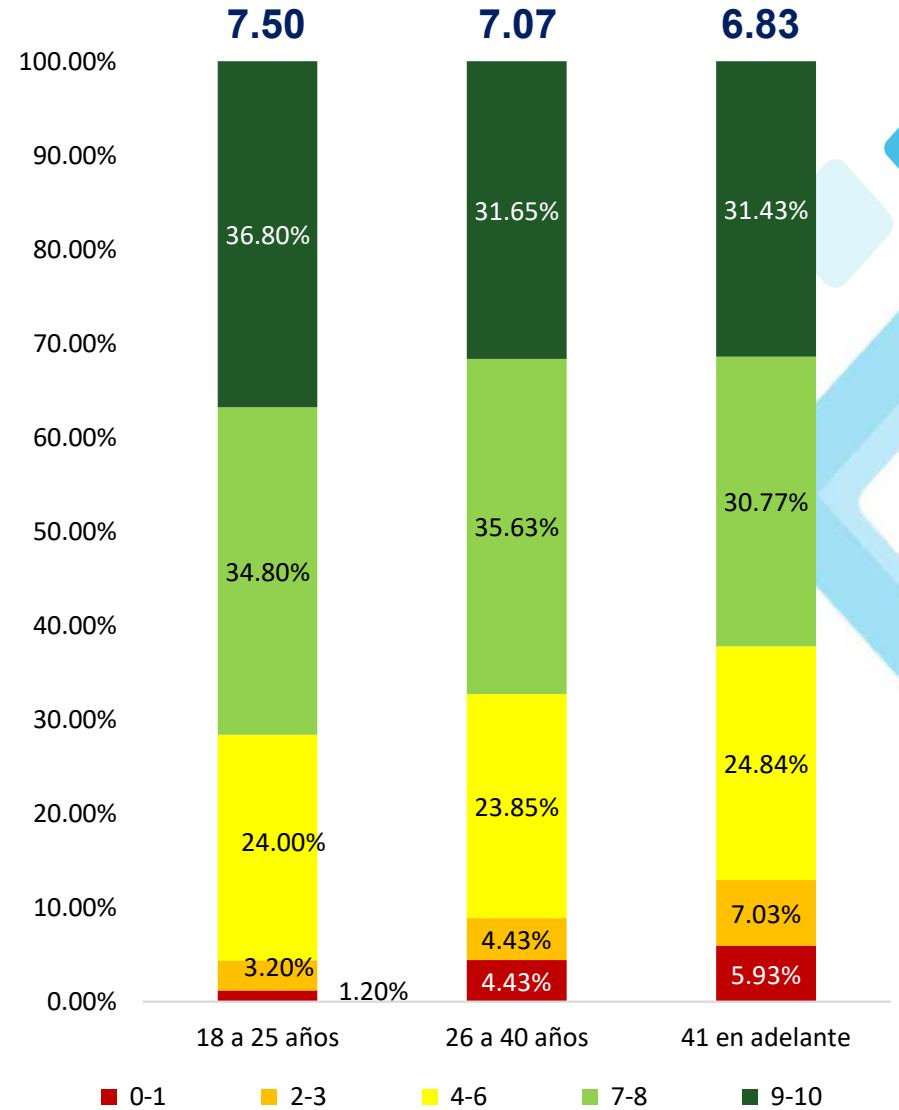


# Percepción e Imagen Institucional

En los últimos dos años ¿Qué cambios ha percibido en los **SERVICIOS** que la SAT brinda a los contribuyentes y usuarios?

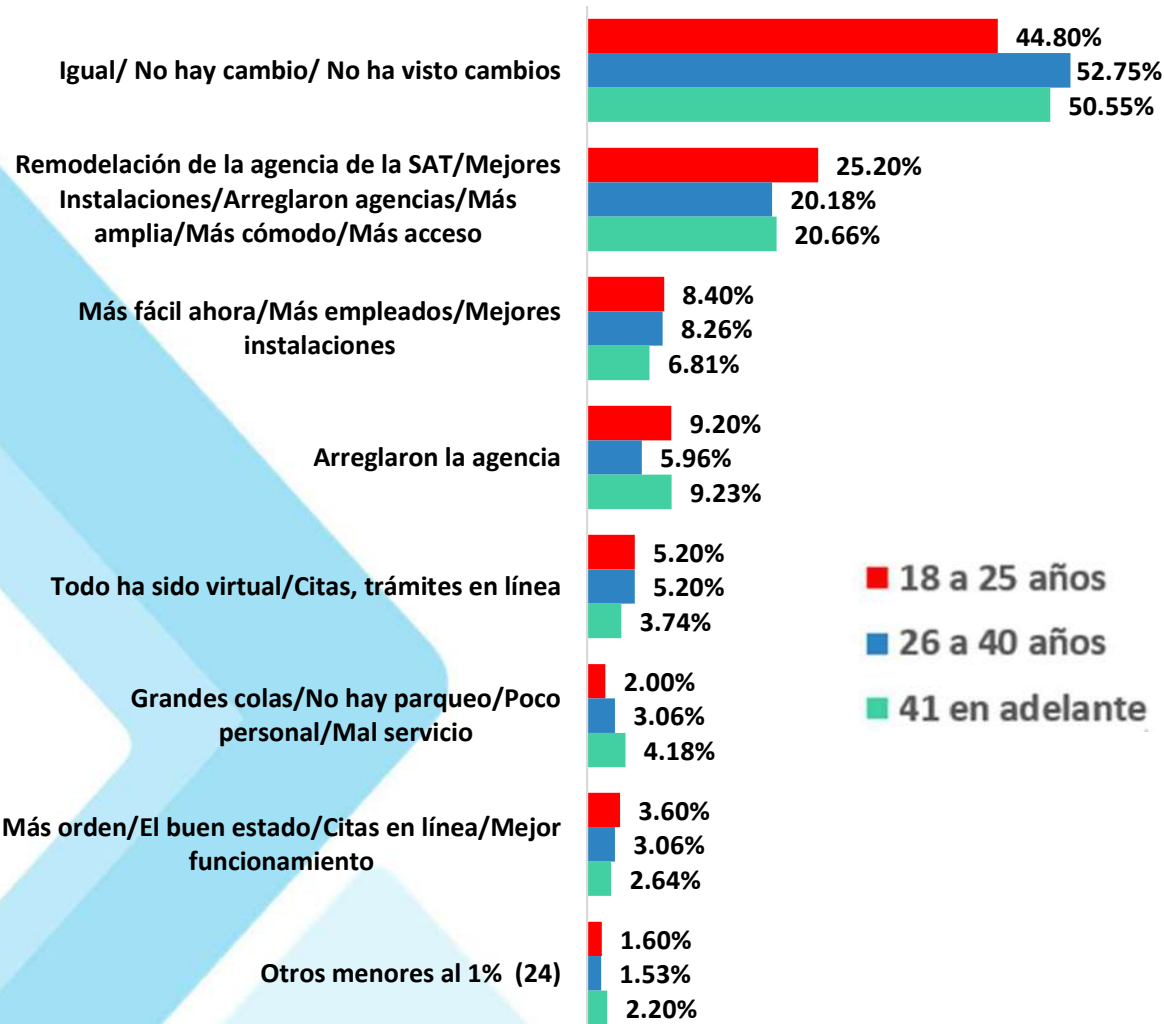


¿Qué calificación les daría a esos cambios?



# Percepción e Imagen Institucional

En los últimos dos años ¿Qué cambios ha percibido en LAS INSTALACIONES que la SAT brinda a los contribuyentes y usuarios?



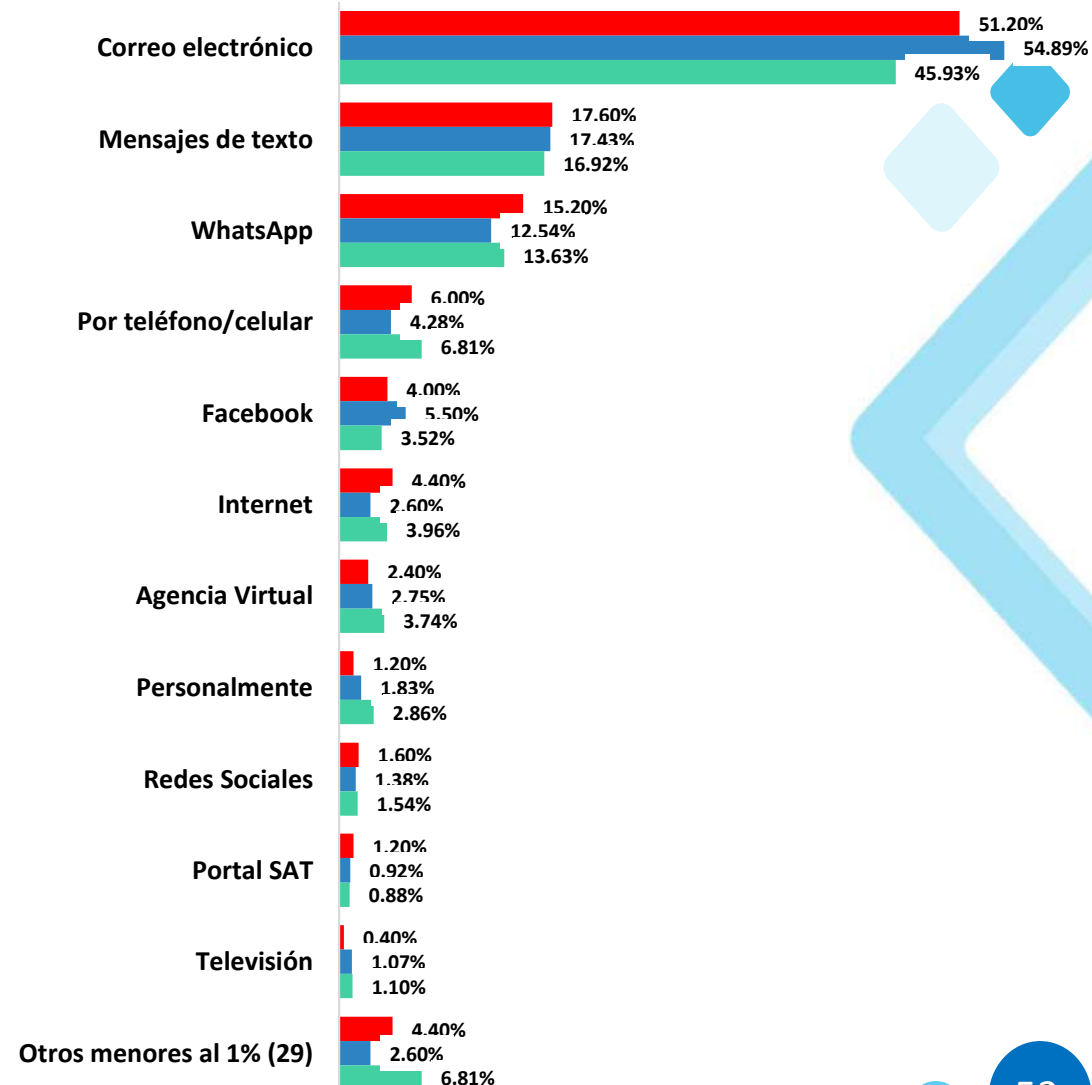
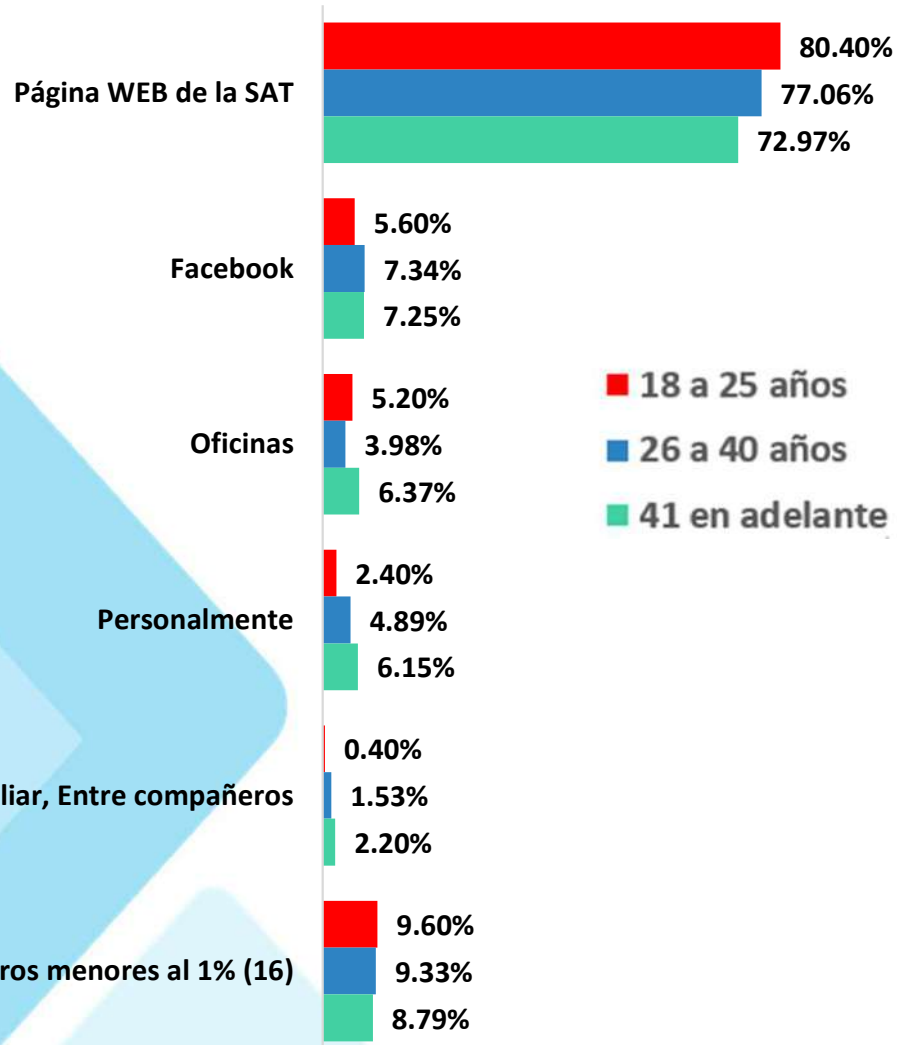
¿Qué calificación les daría a esos cambios?



# Medios de comunicación

Cuando necesita información de cómo hacer un trámite en la SAT, ¿En dónde consulta?

¿Por qué medio le gustaría recibir información sobre el pago de impuestos?

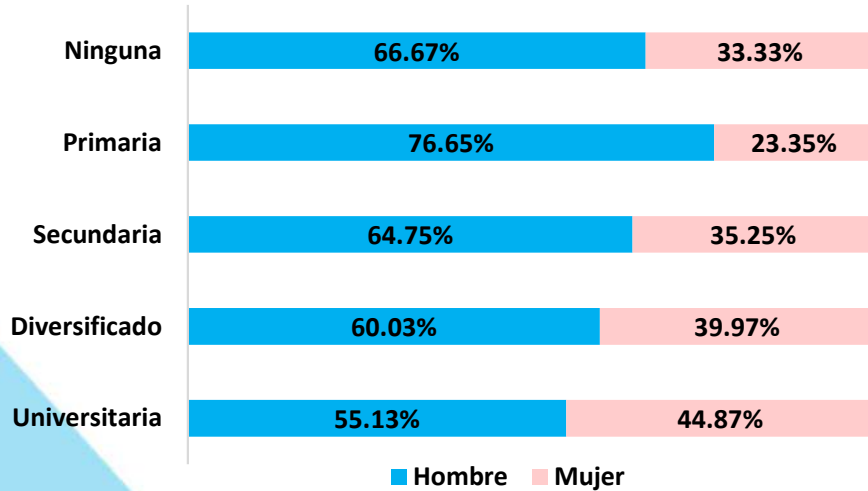


# Nivel Académico

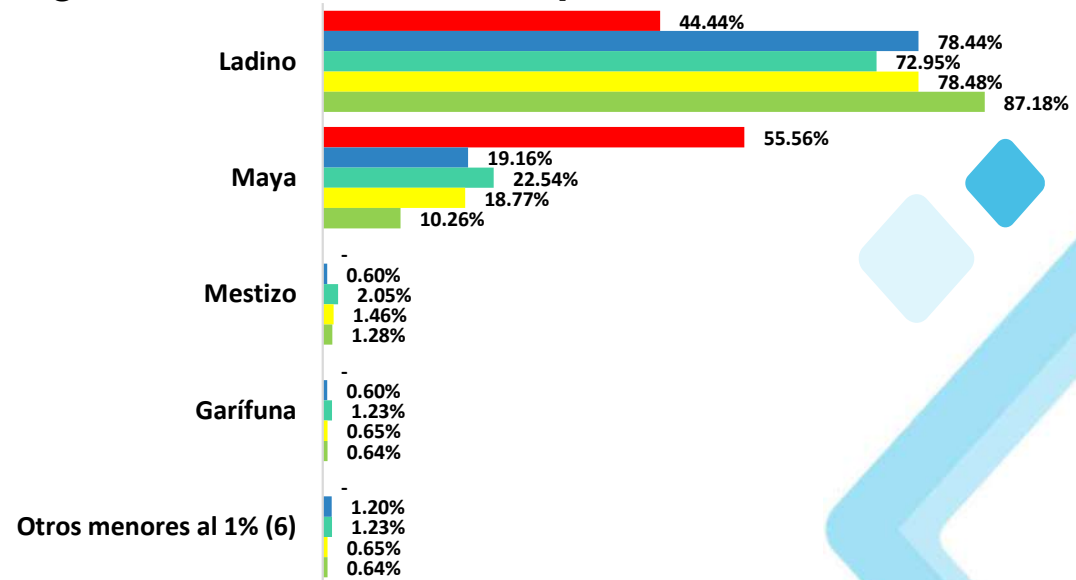
<b>Ninguna</b>	<b>18</b>
<b>Primaria</b>	<b>167</b>
<b>Secundaria</b>	<b>244</b>
<b>Diversificado</b>	<b>618</b>
<b>Universitaria</b>	<b>312</b>

# Perfil del entrevistado

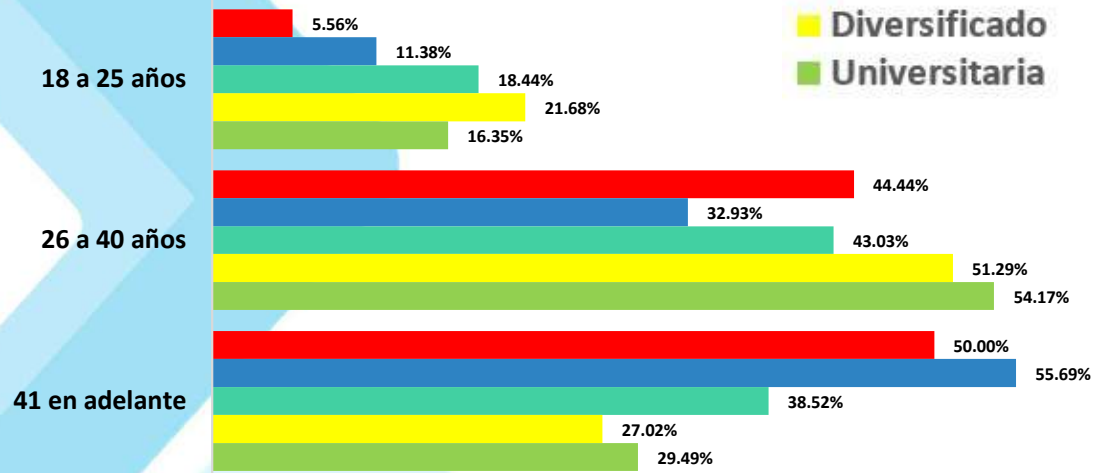
## Género



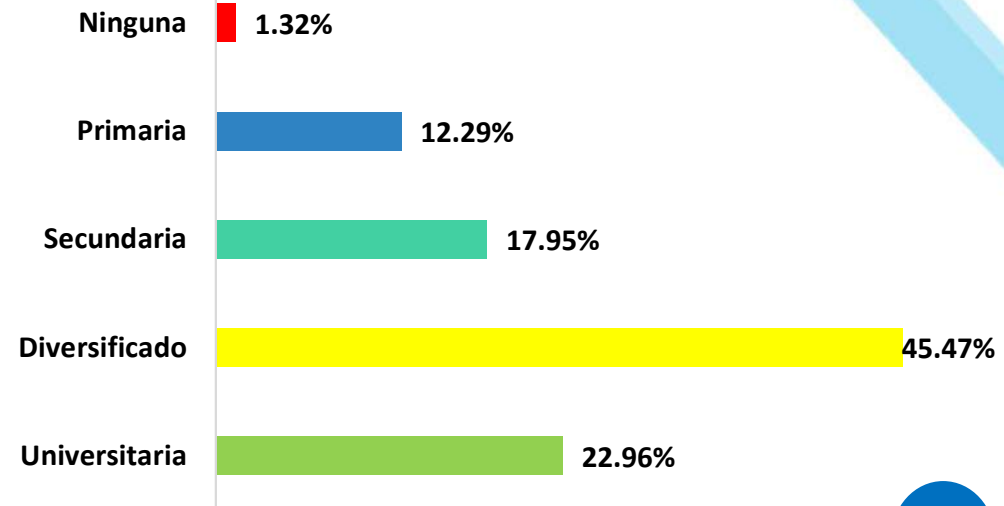
## ¿Cuál es la etnia con la que se identifica?



## Edad agrupada



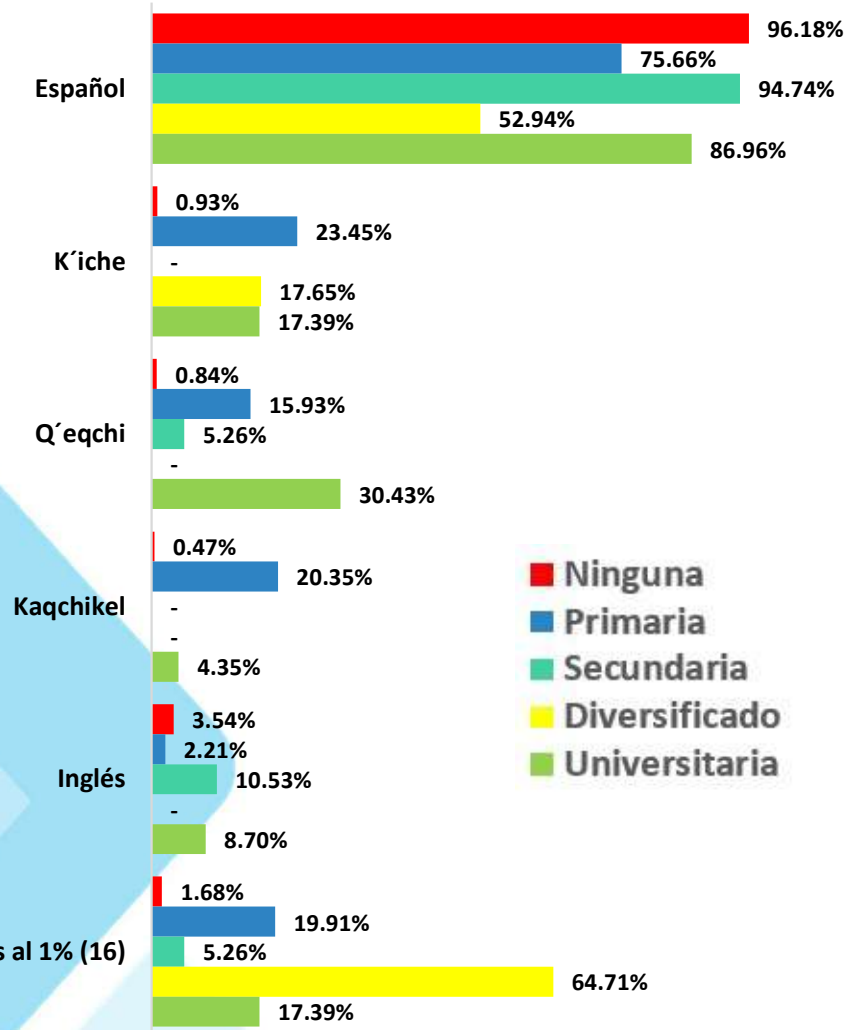
## Escolaridad



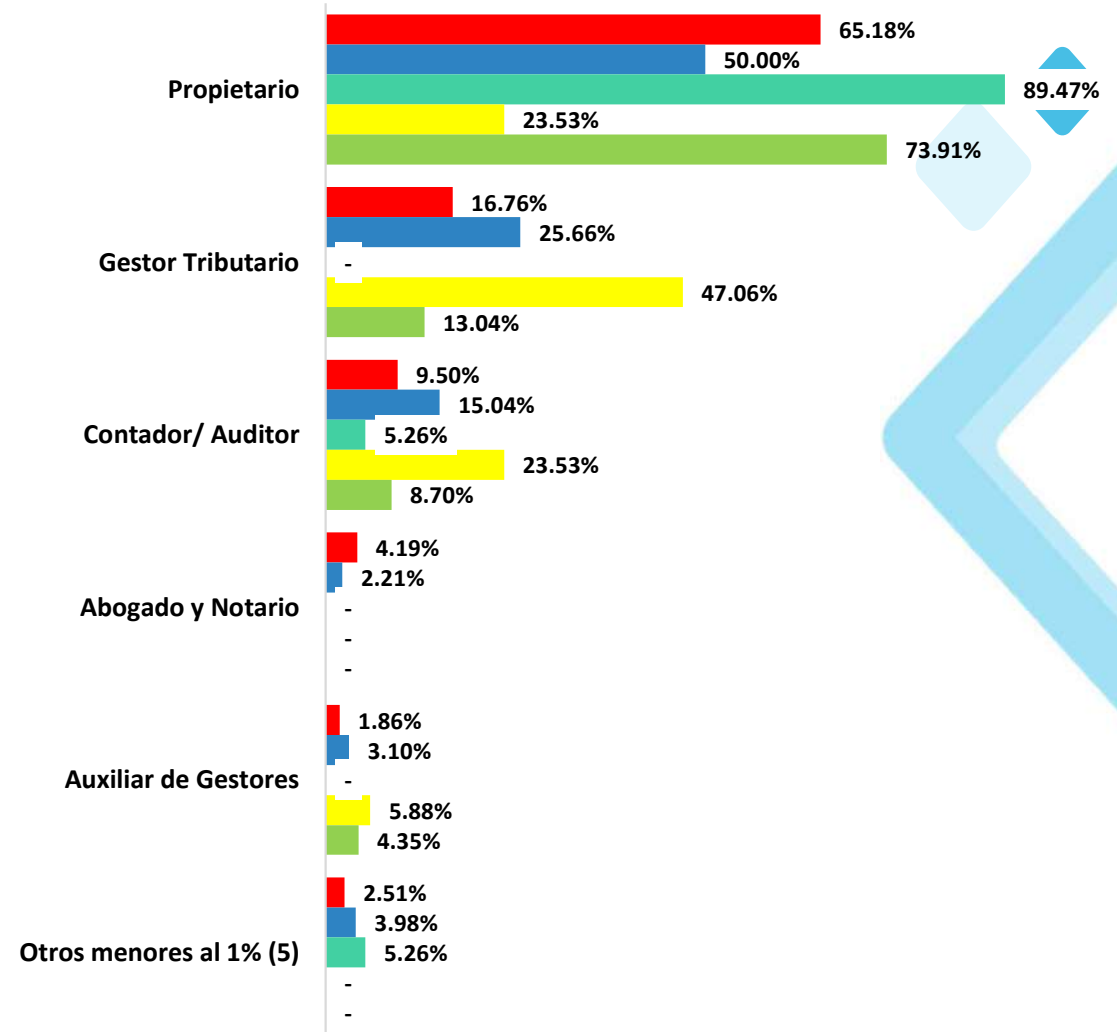


# Perfil del entrevistado

## Idioma (s) que habla



## Calidad de personería con la que actuó para realizar su trámite o gestión tributaria

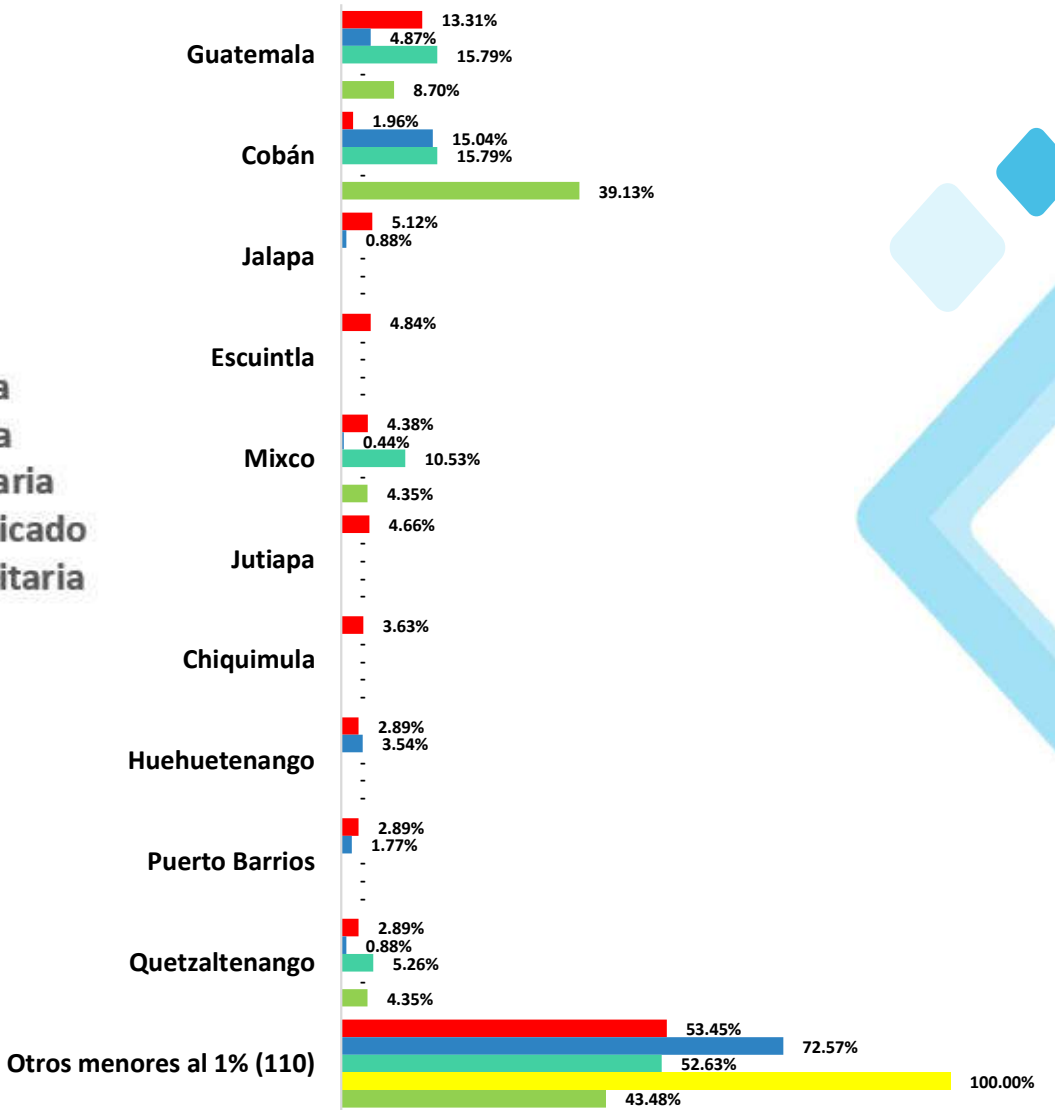
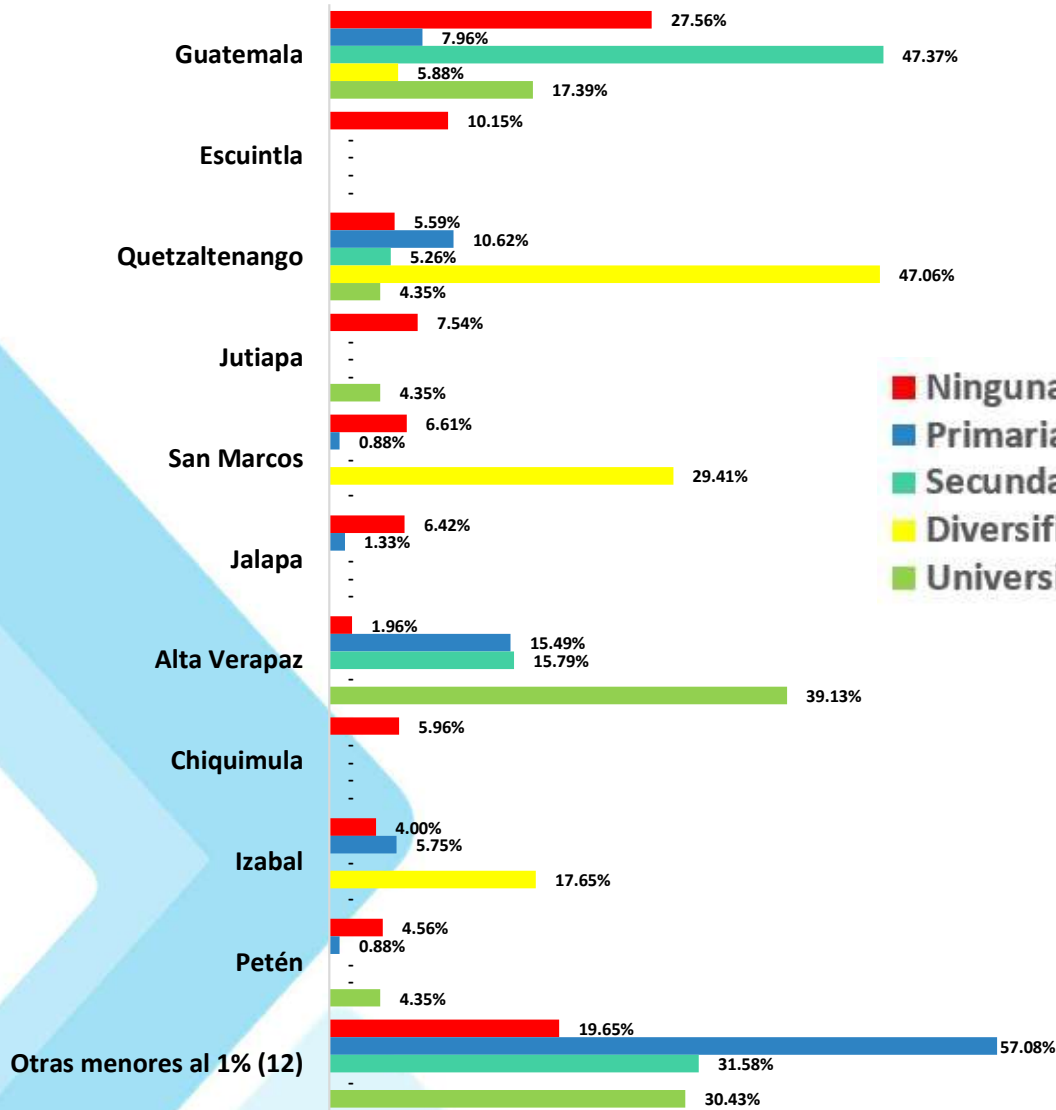




# Perfil del entrevistado

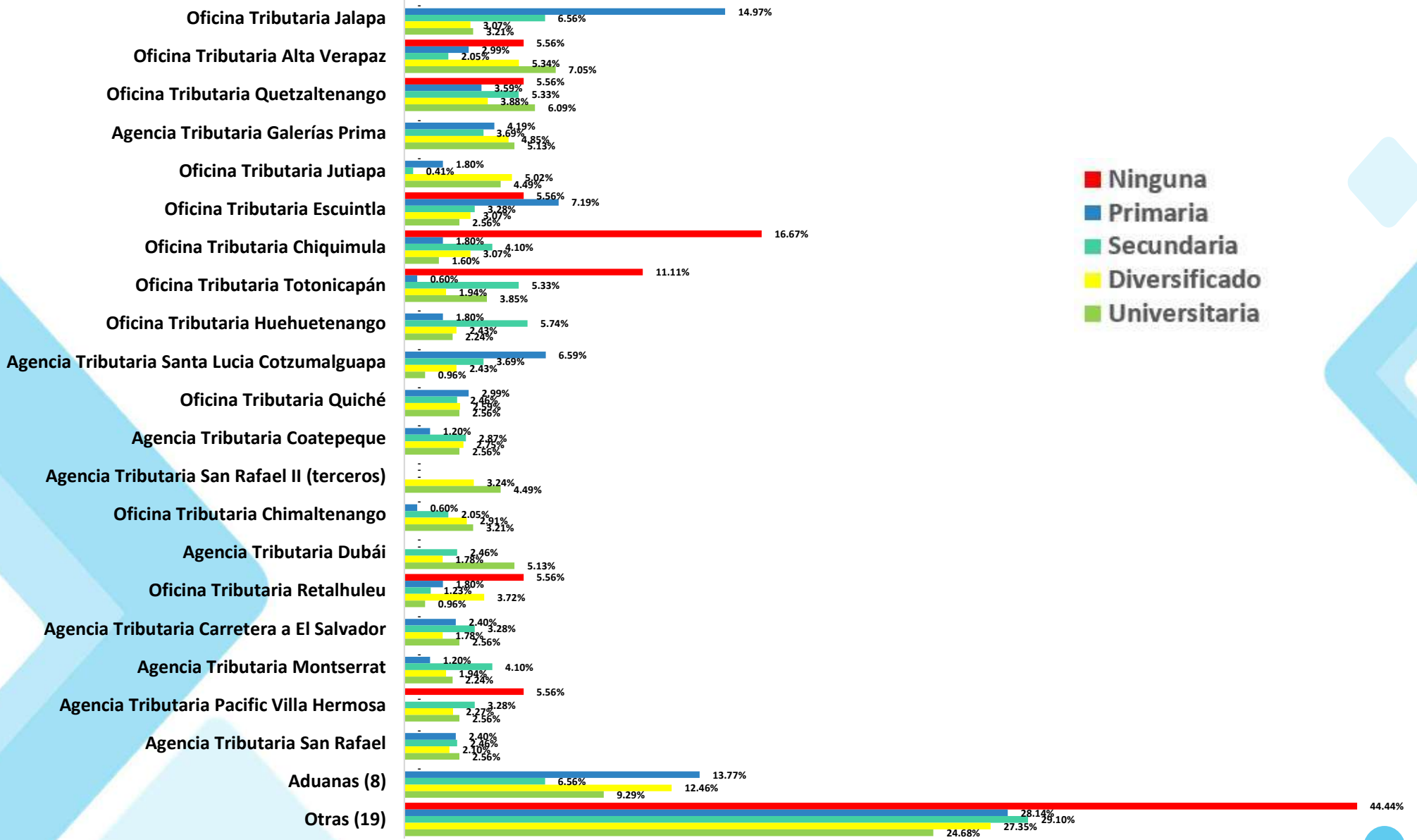
## Departamento

## Municipio



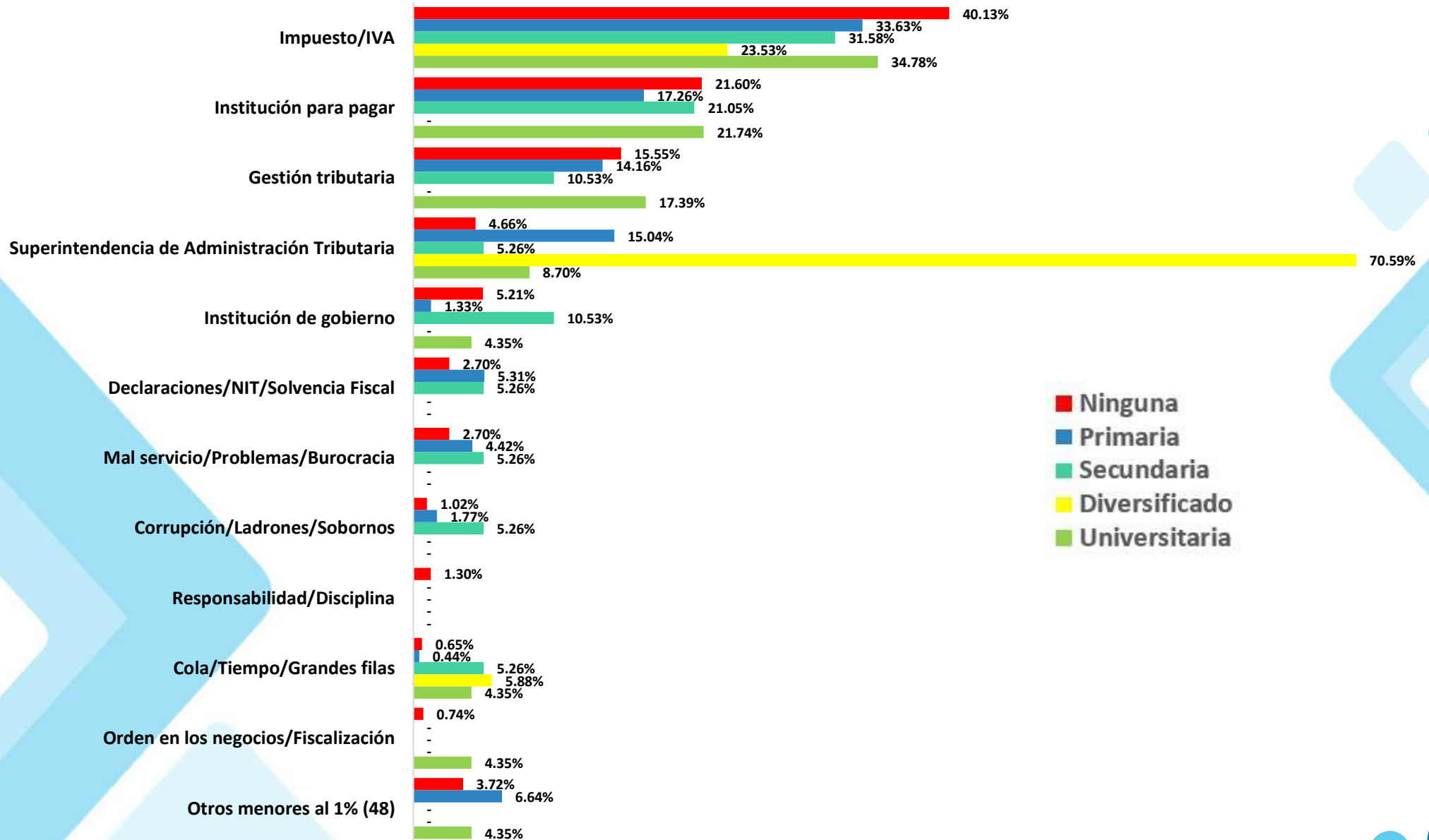
# Perfil del entrevistado

## Nombre del punto de servicio investigado



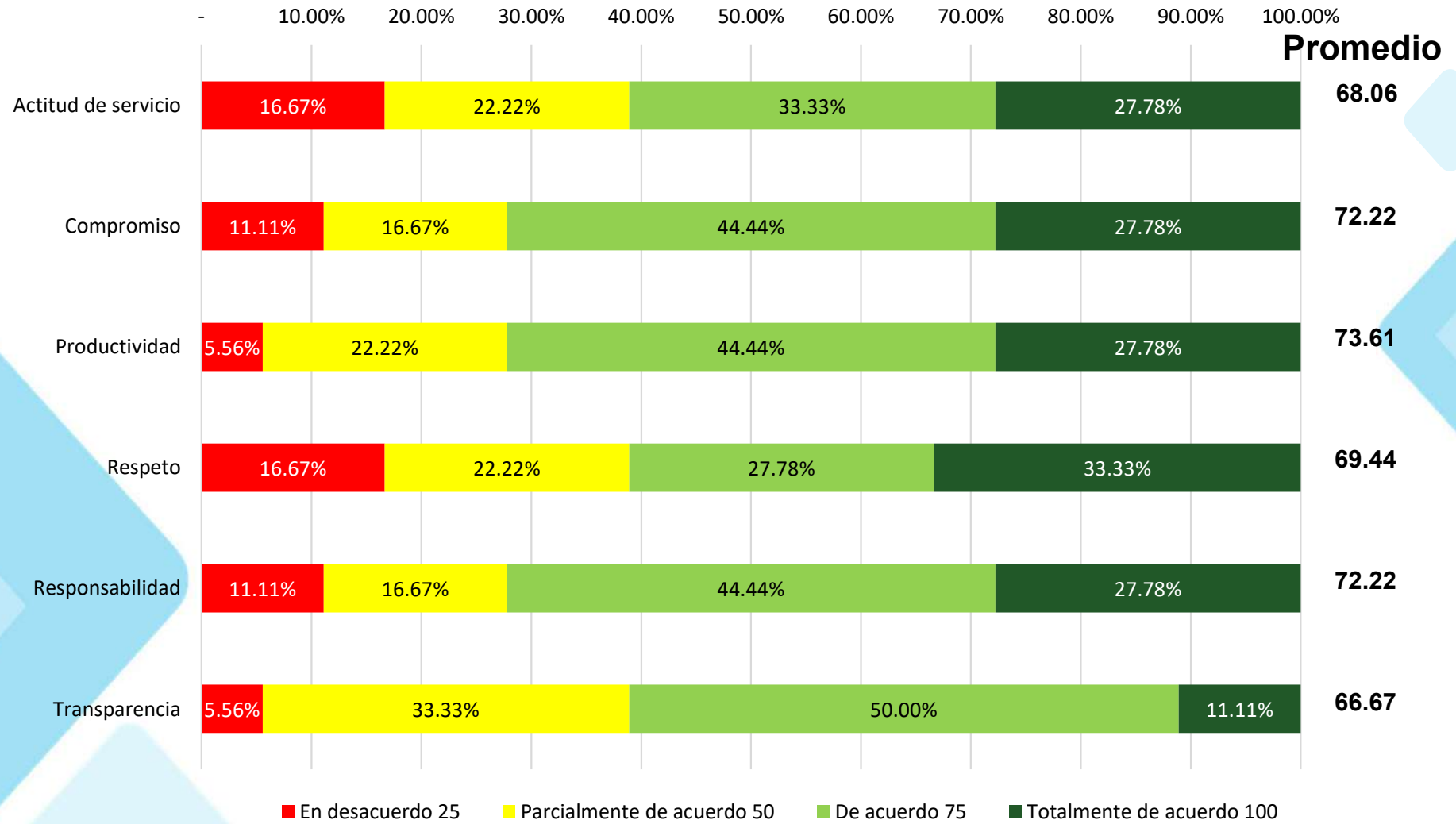
# Percepción e Imagen Institucional

## ¿Qué es lo que piensa cuando escucha el nombre SAT?



# Percepción e Imagen Institucional

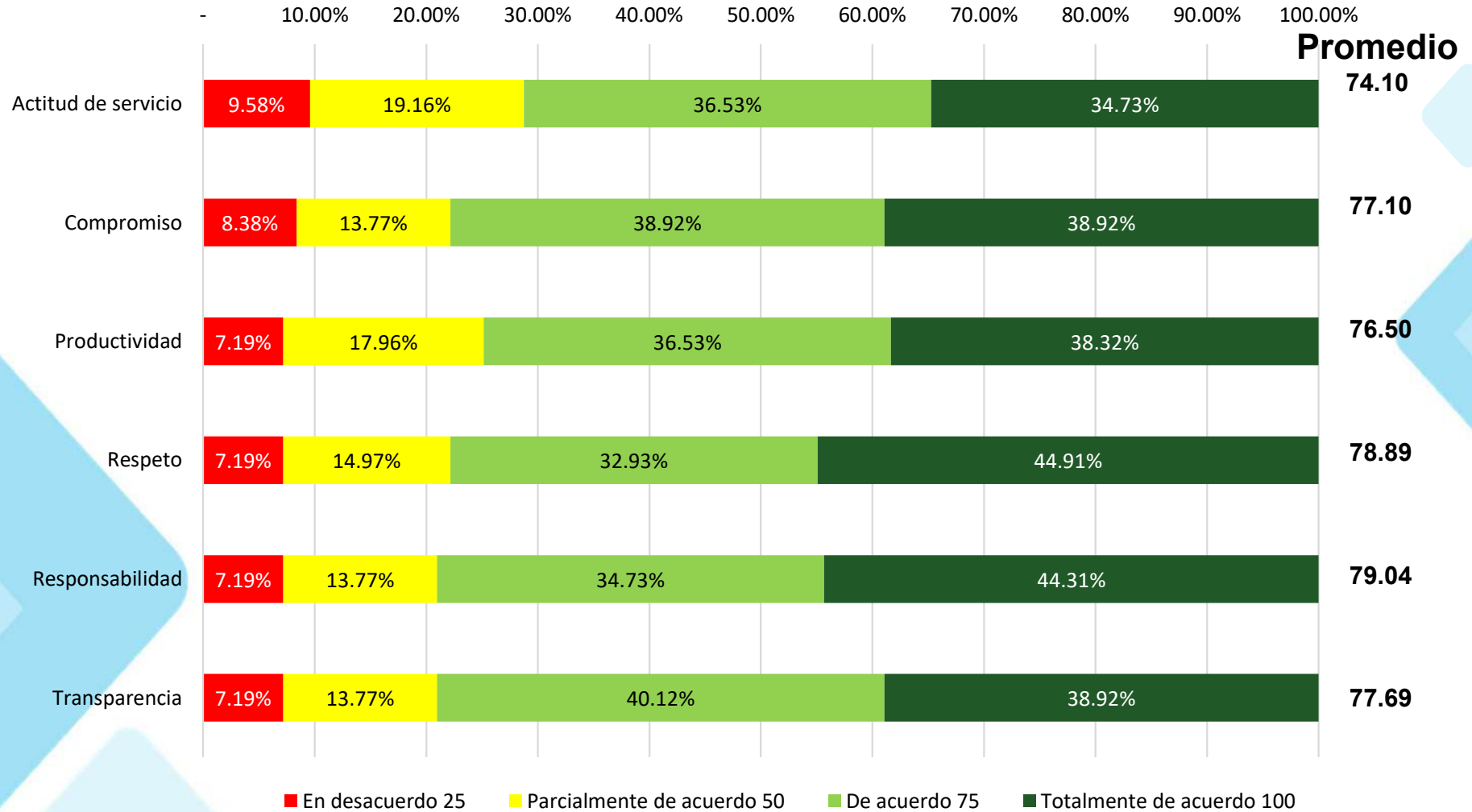
¿Cómo calificaría usted los Valores Institucionales de la SAT?  
Ninguna



■ En desacuerdo 25   ■ Parcialmente de acuerdo 50   ■ De acuerdo 75   ■ Totalmente de acuerdo 100

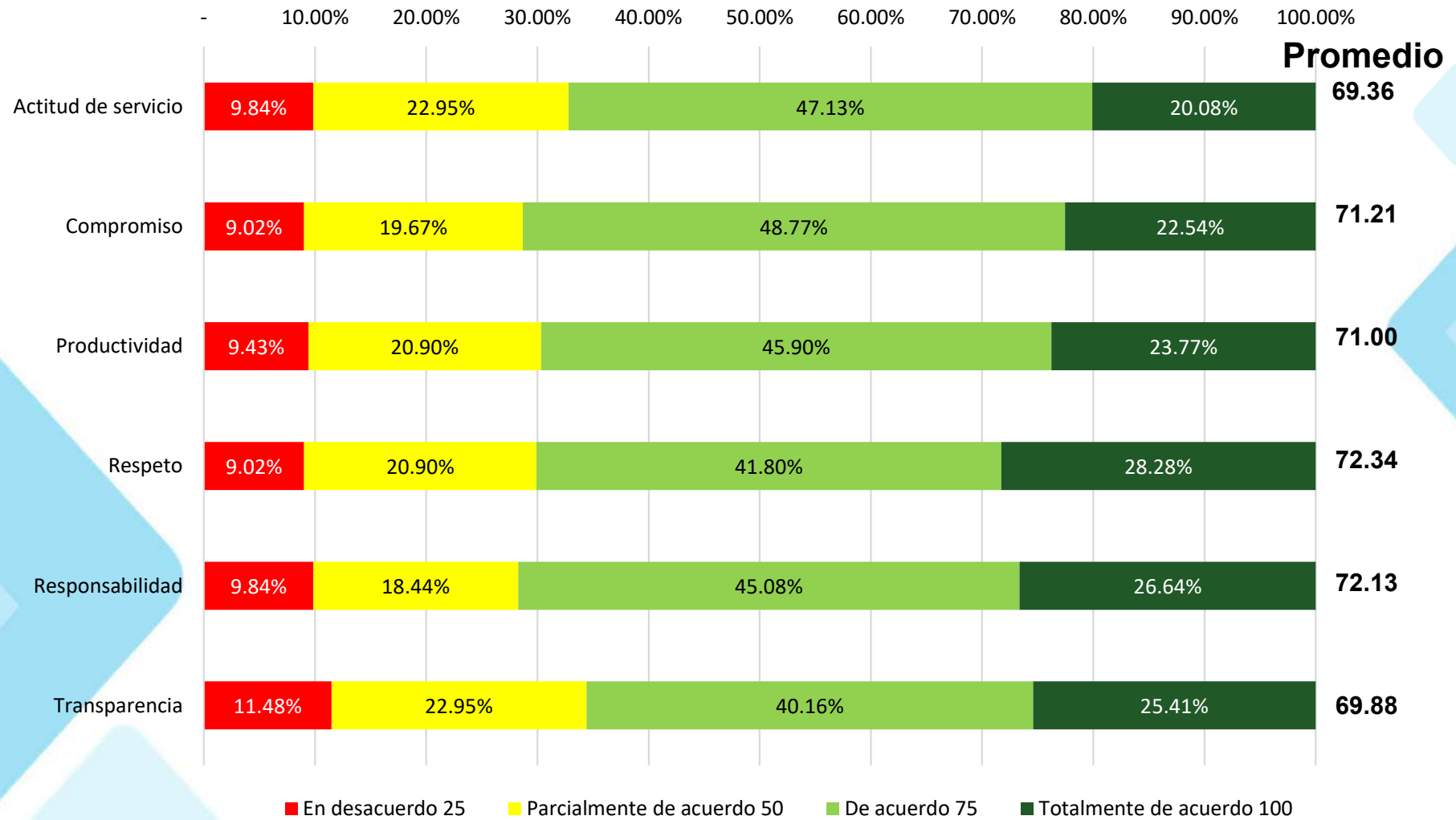
# Percepción e Imagen Institucional

¿Cómo calificaría usted los Valores Institucionales de la SAT?  
Primaria



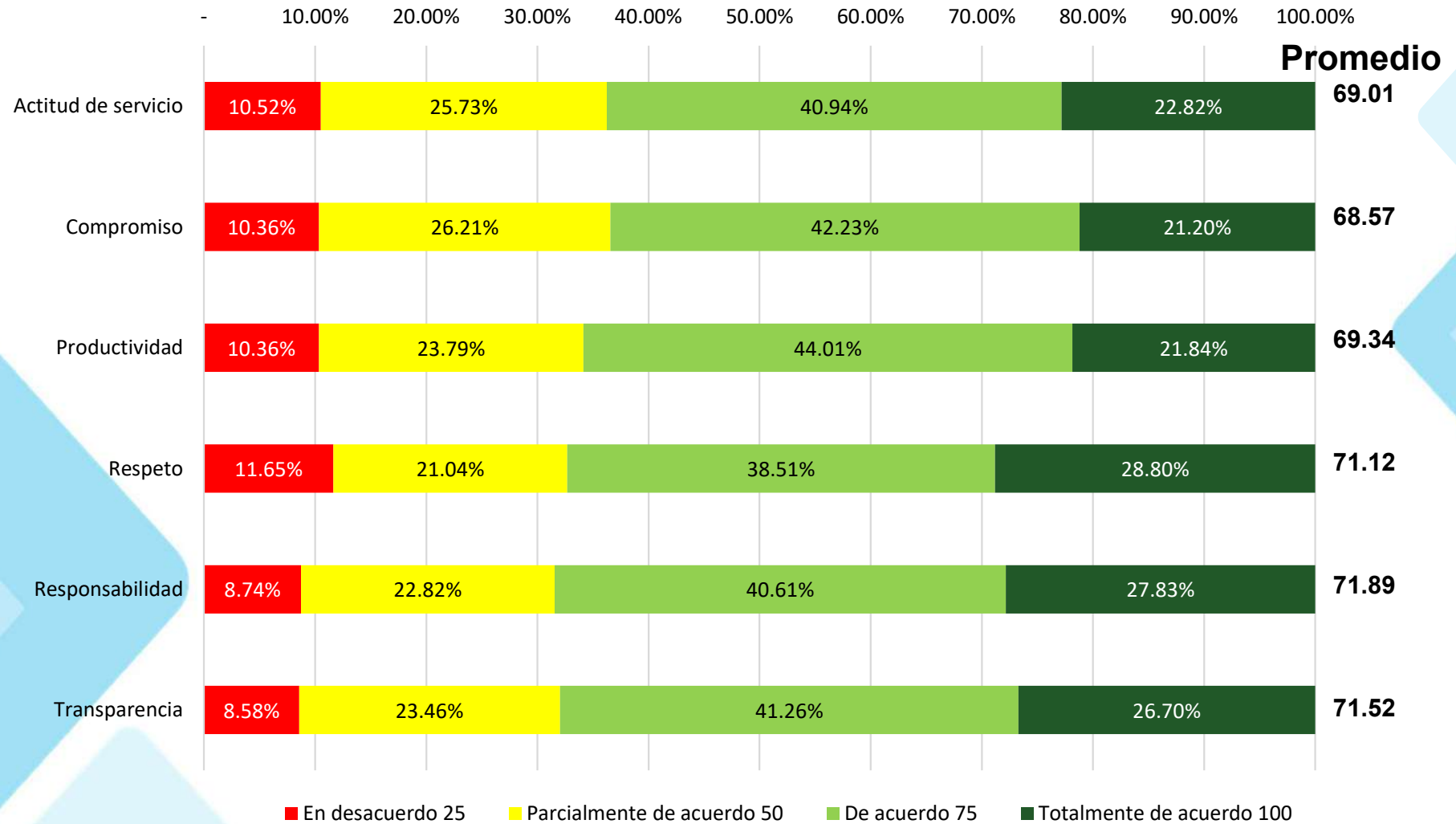
# Percepción e Imagen Institucional

¿Cómo calificaría usted los Valores Institucionales de la SAT?  
Secundaria



# Percepción e Imagen Institucional

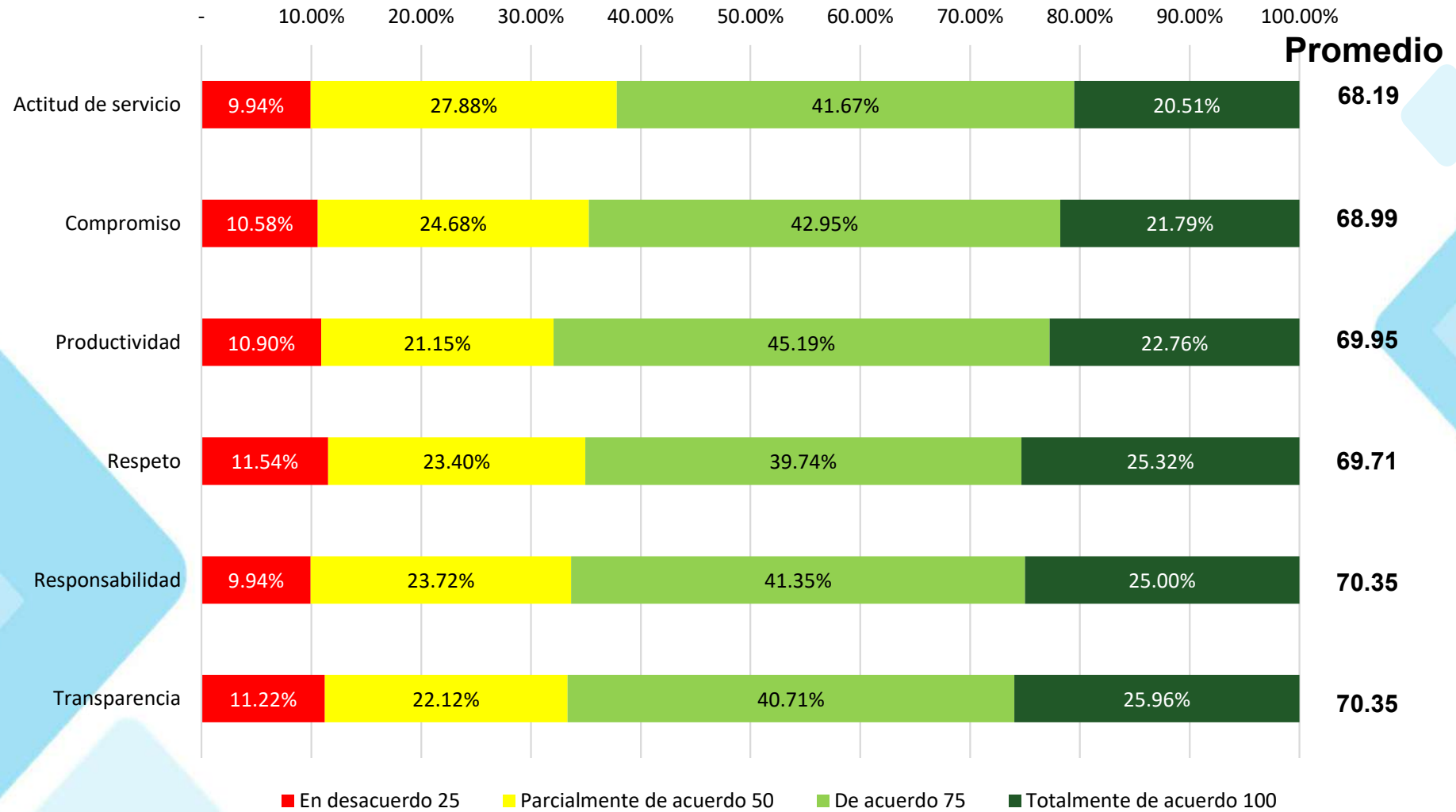
¿Cómo calificaría usted los Valores Institucionales de la SAT?  
Diversificado



■ En desacuerdo 25 ■ Parcialmente de acuerdo 50 ■ De acuerdo 75 ■ Totalmente de acuerdo 100

# Percepción e Imagen Institucional

## ¿Cómo calificaría usted los Valores Institucionales de la SAT Universitaria

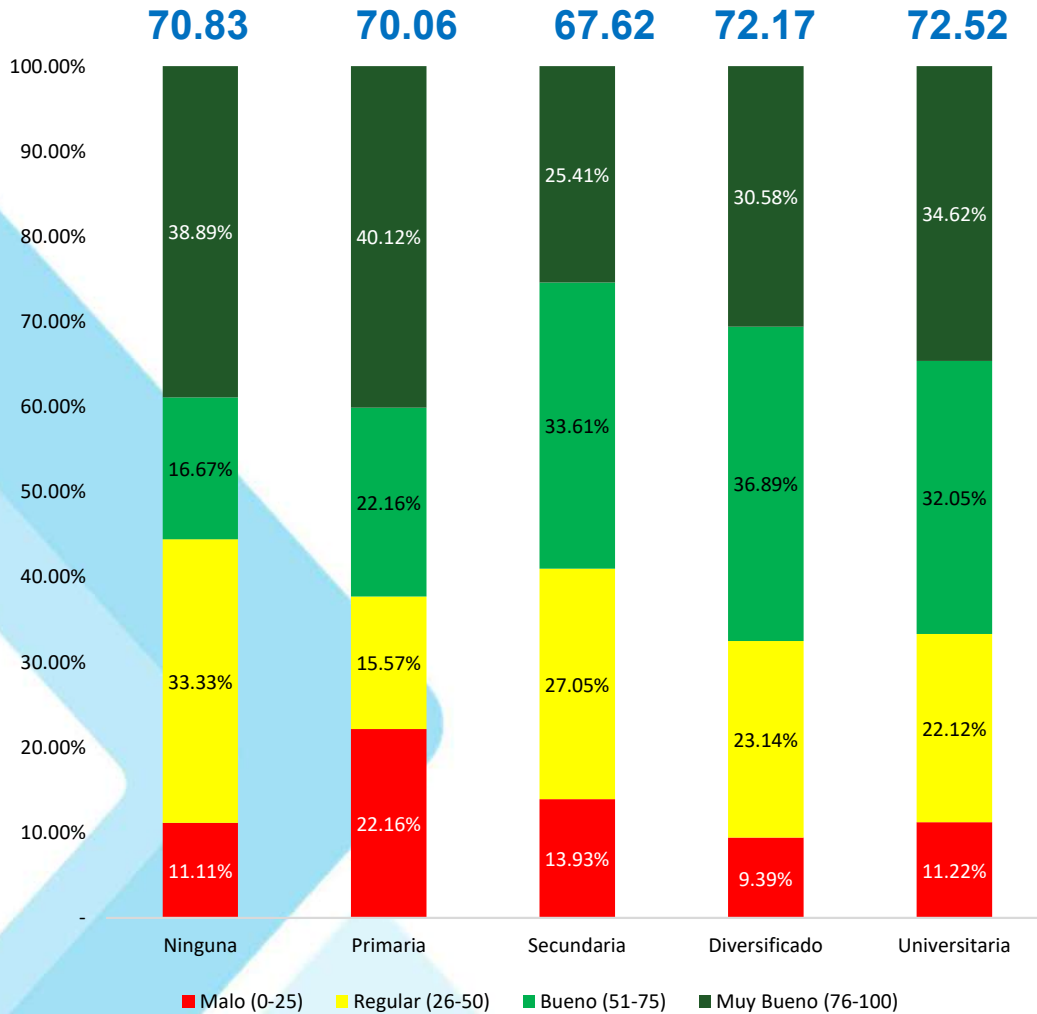


■ En desacuerdo 25   ■ Parcialmente de acuerdo 50   ■ De acuerdo 75   ■ Totalmente de acuerdo 100

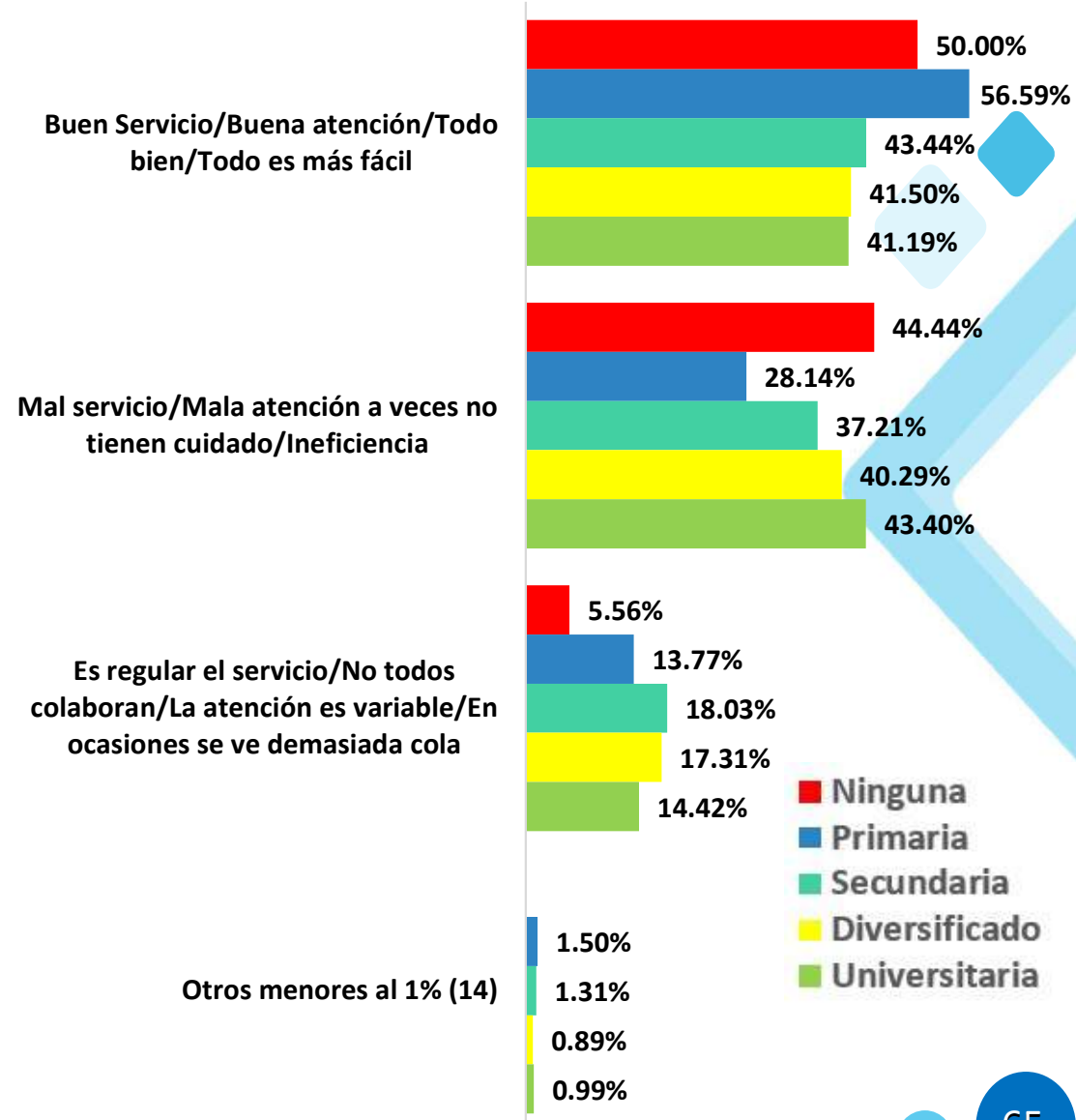


# Percepción e Imagen Institucional

A nivel general, ¿cómo calificaría el servicio que SAT presta a los contribuyentes y usuarios?

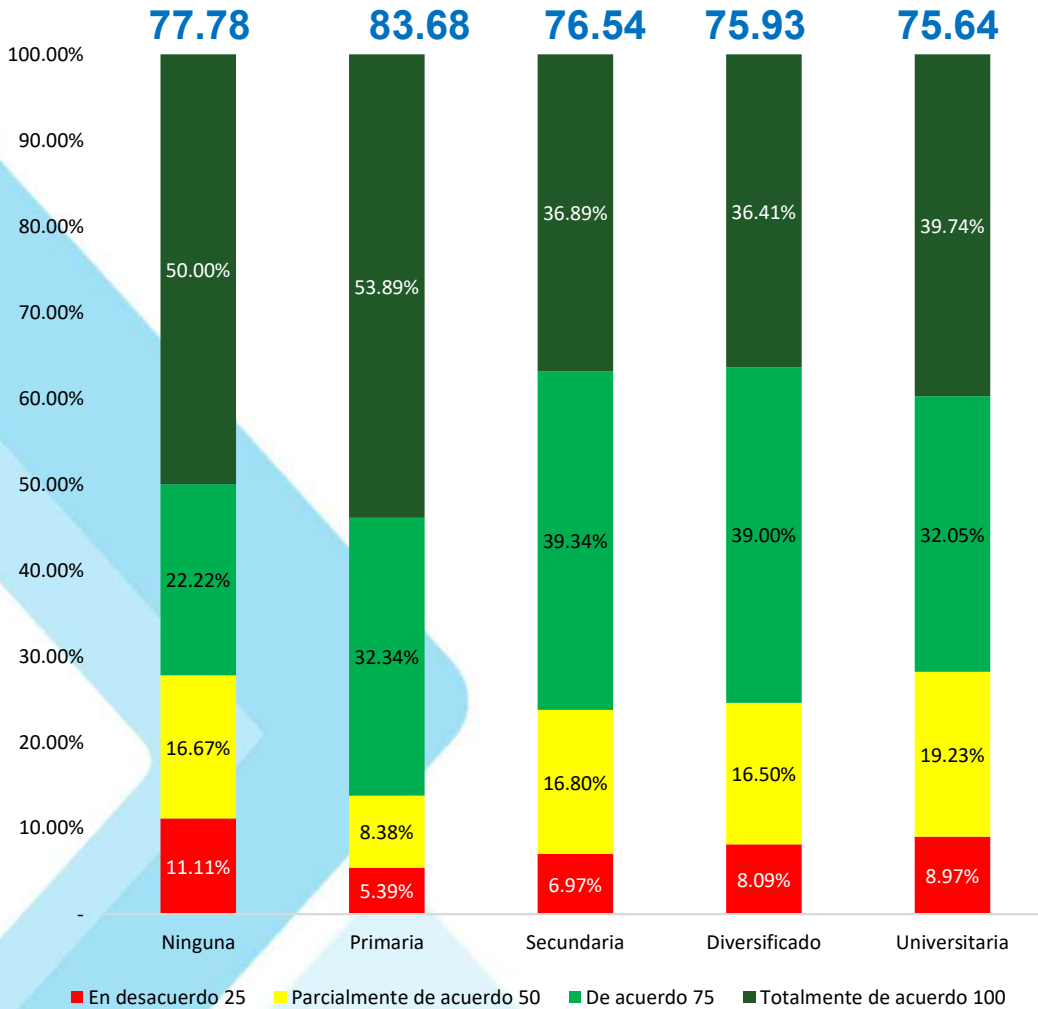


¿Por qué motivo le da esa calificación?

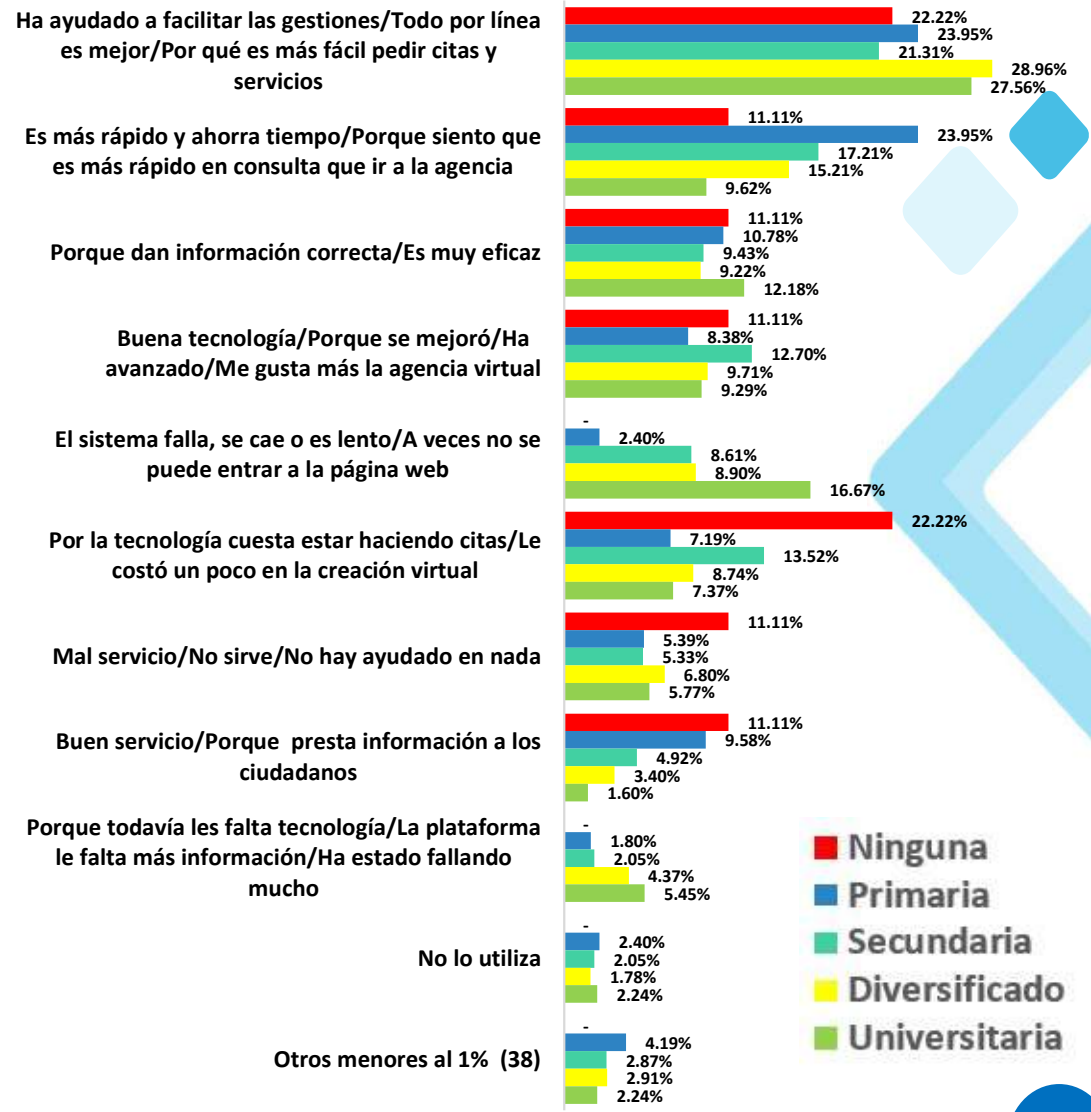


# Percepción e Imagen Institucional

¿Qué calificación le daría a la afirmación: La tecnología de información y comunicación me facilitó el uso de los servicios de la SAT?

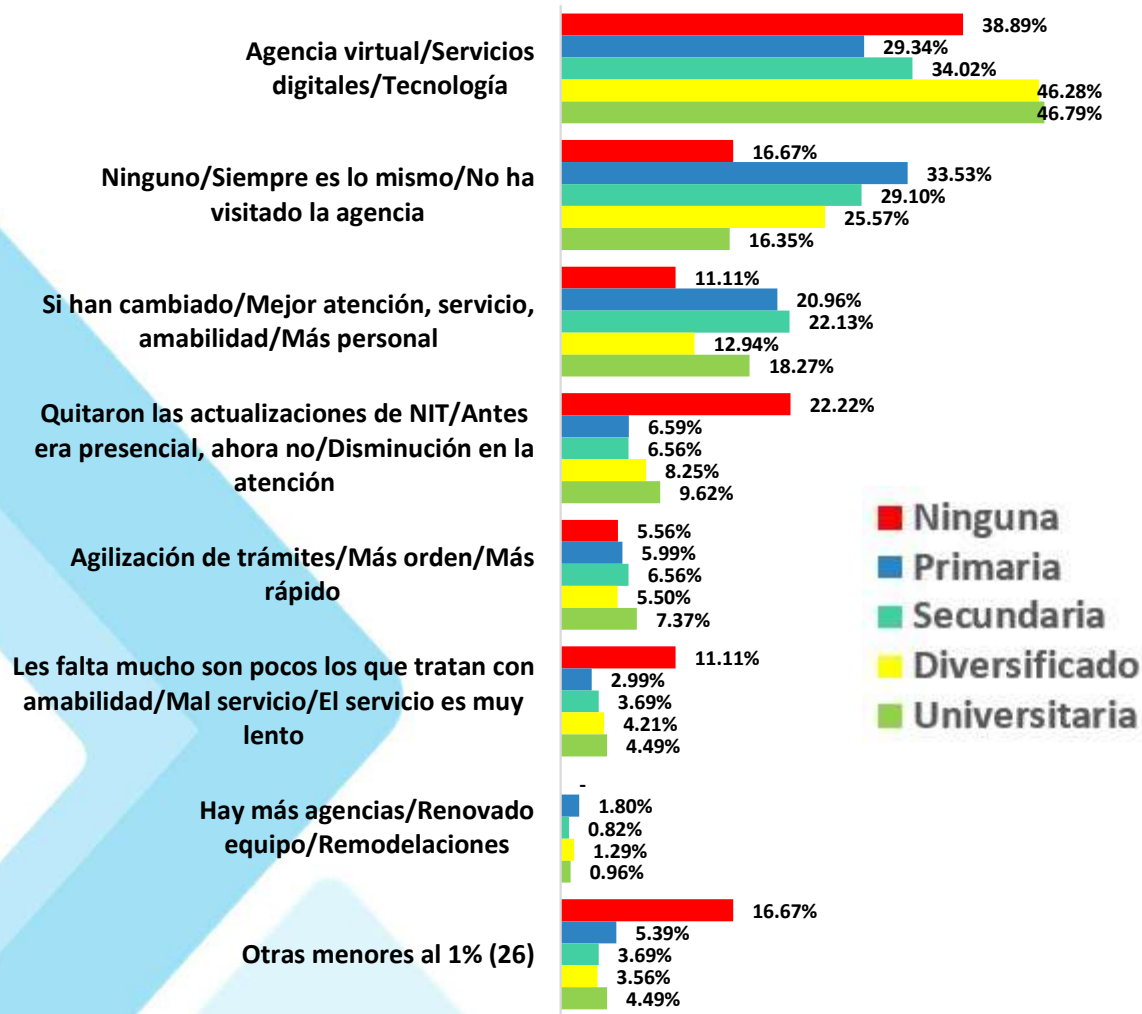


¿Por qué motivo le da esa calificación?

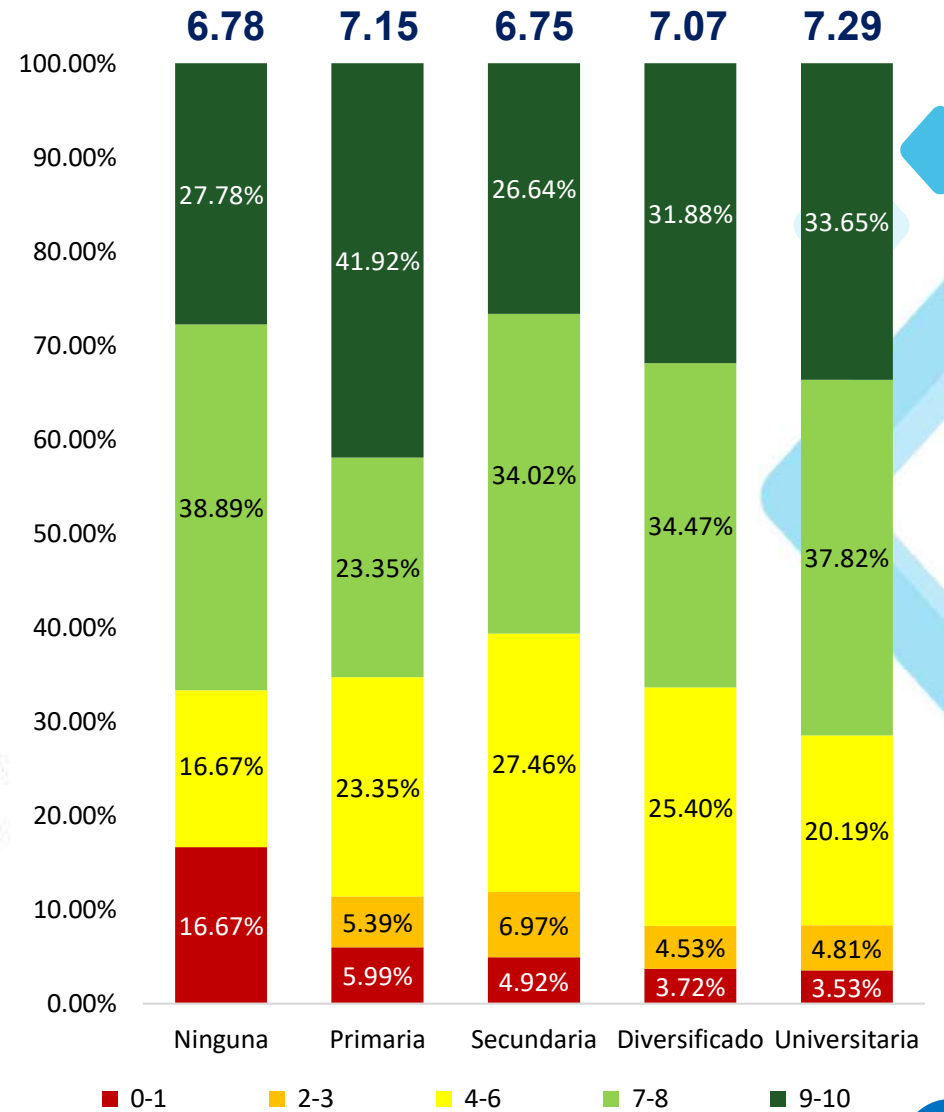


# Percepción e Imagen Institucional

En los últimos dos años ¿Qué cambios ha percibido en los **SERVICIOS** que la SAT brinda a los contribuyentes y usuarios?

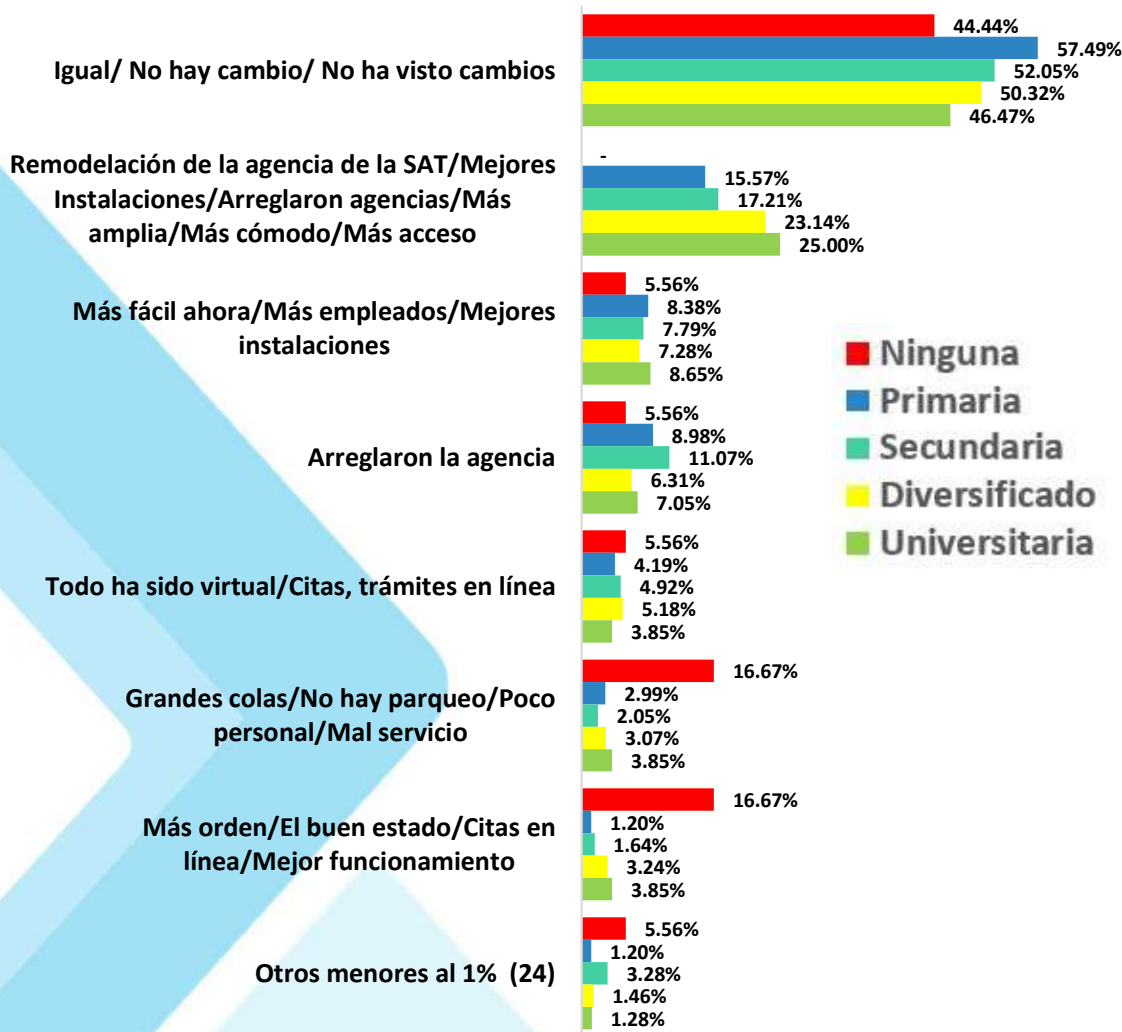


¿Qué calificación les daría a esos cambios?

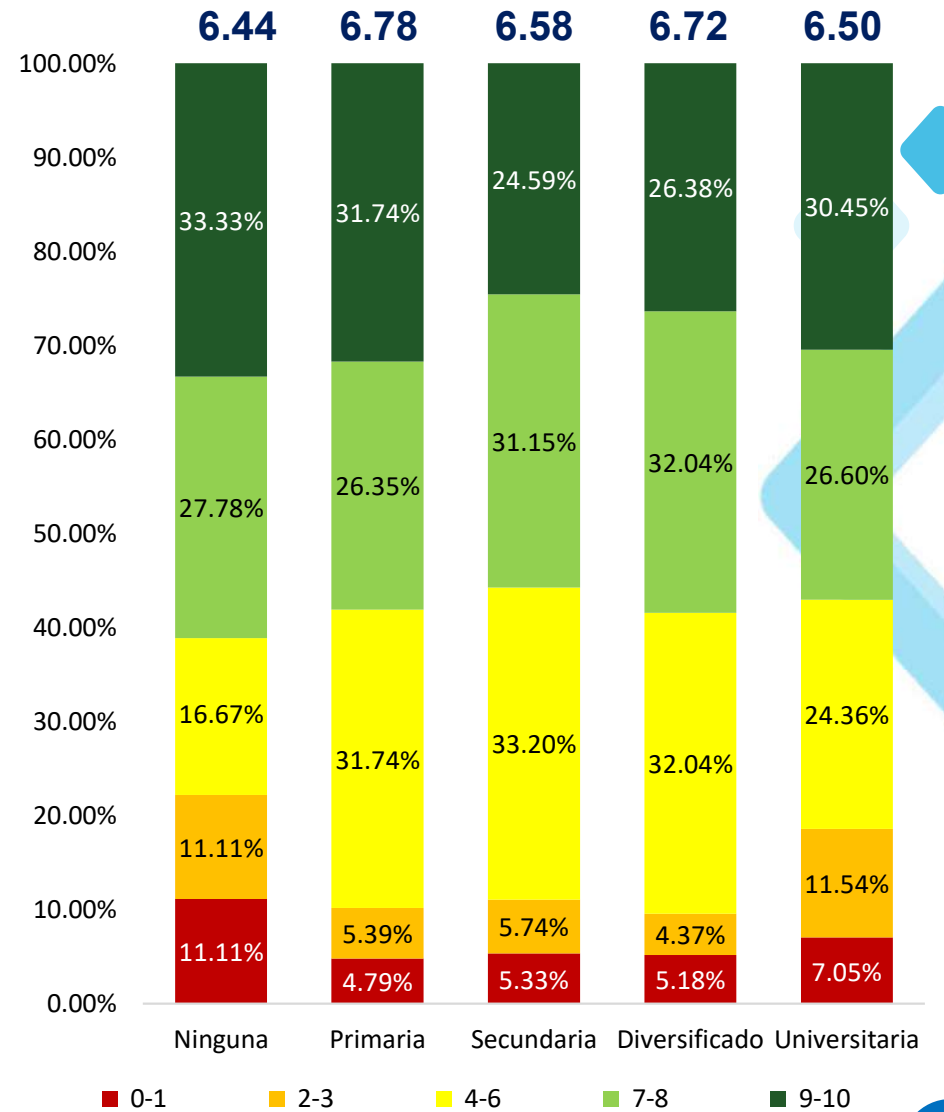


# Percepción e Imagen Institucional

En los últimos dos años ¿Qué cambios ha percibido en LAS INSTALACIONES que la SAT brinda a los contribuyentes y usuarios?

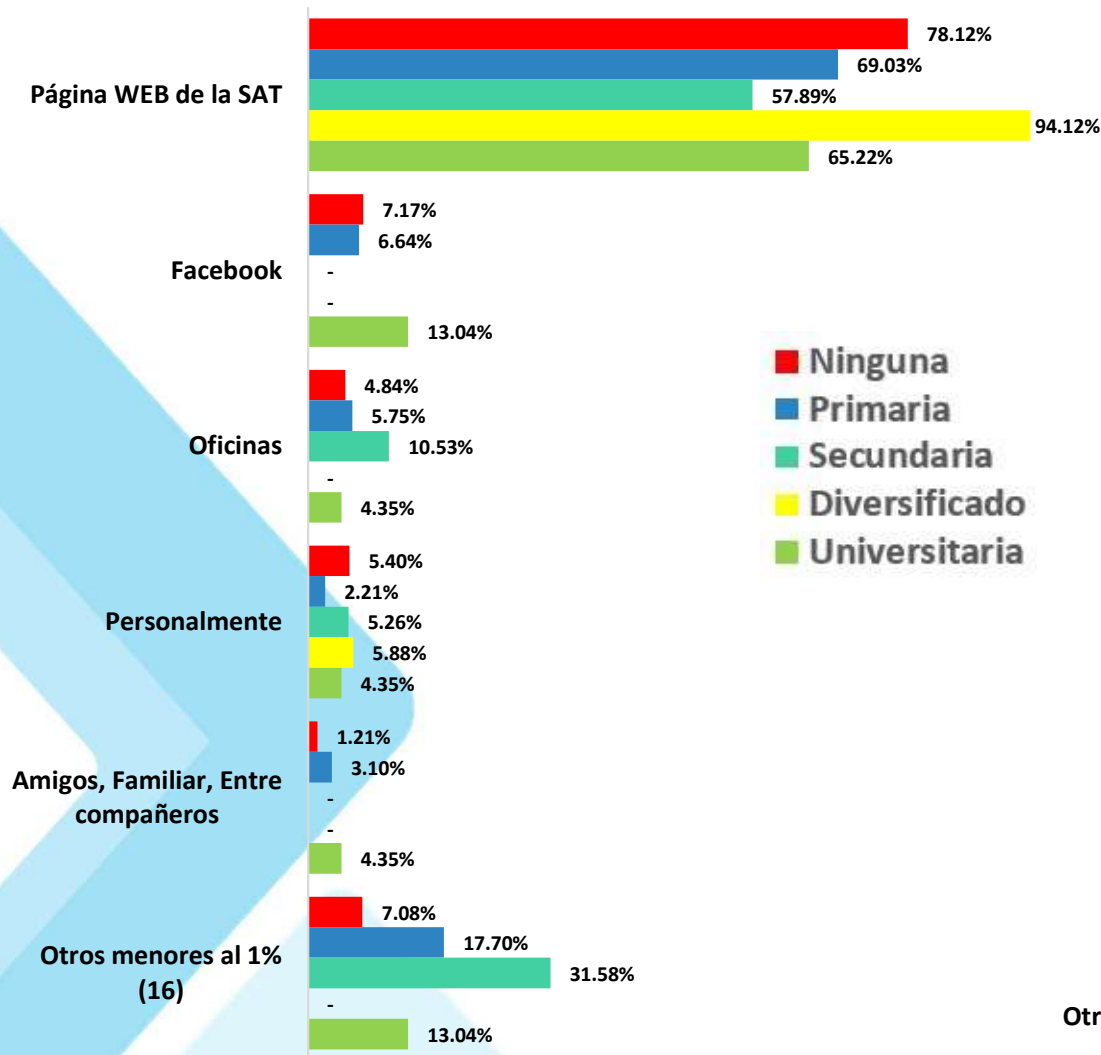


¿Qué calificación les daría a esos cambios?

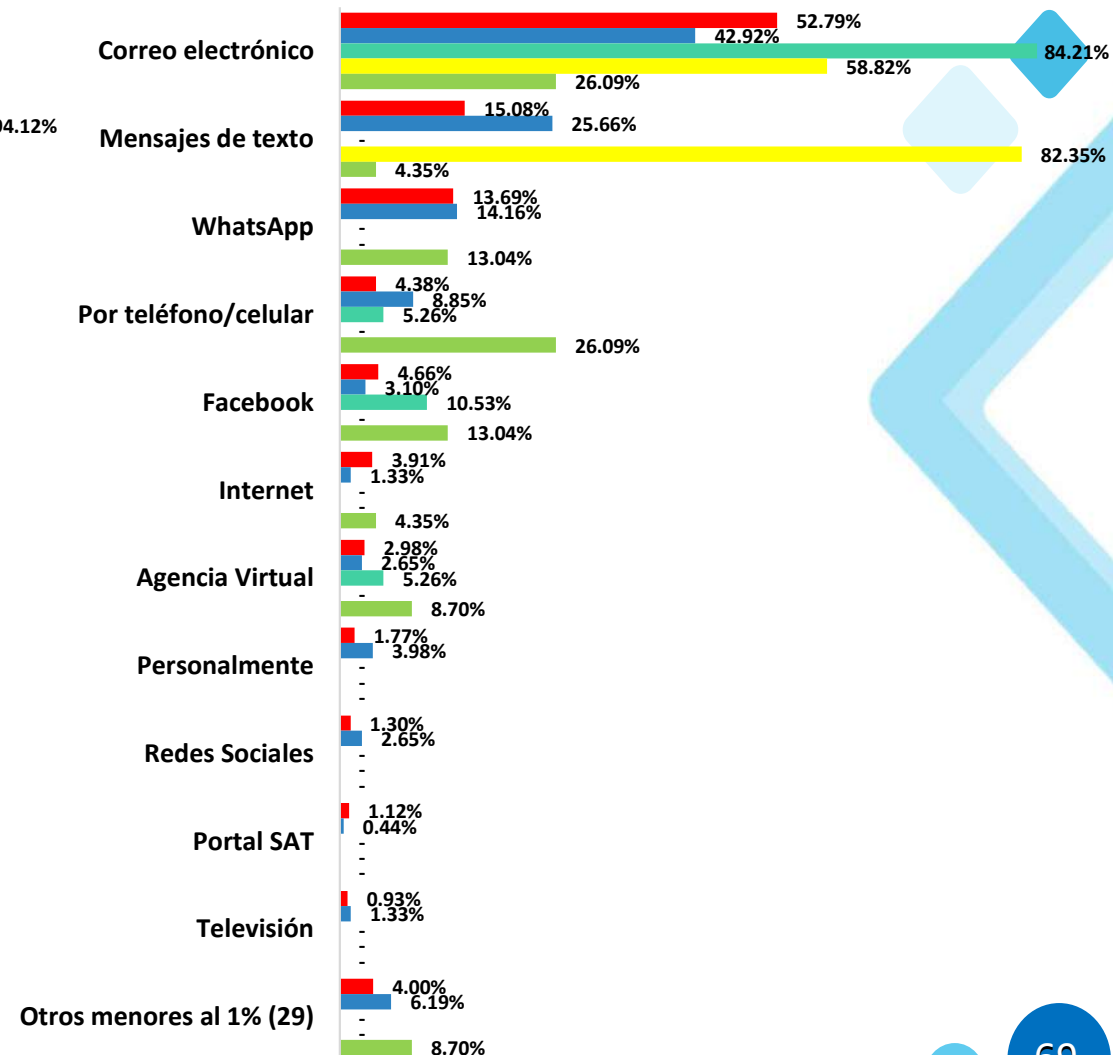


# Medios de comunicación

Cuando necesita información de cómo hacer un trámite en la SAT, ¿En dónde consulta?



¿Por qué medio le gustaría recibir información sobre el pago de impuestos?

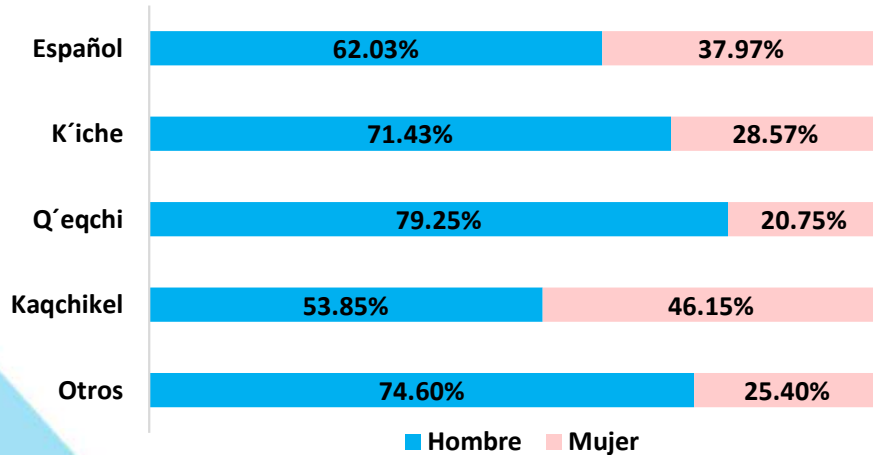


# Idioma

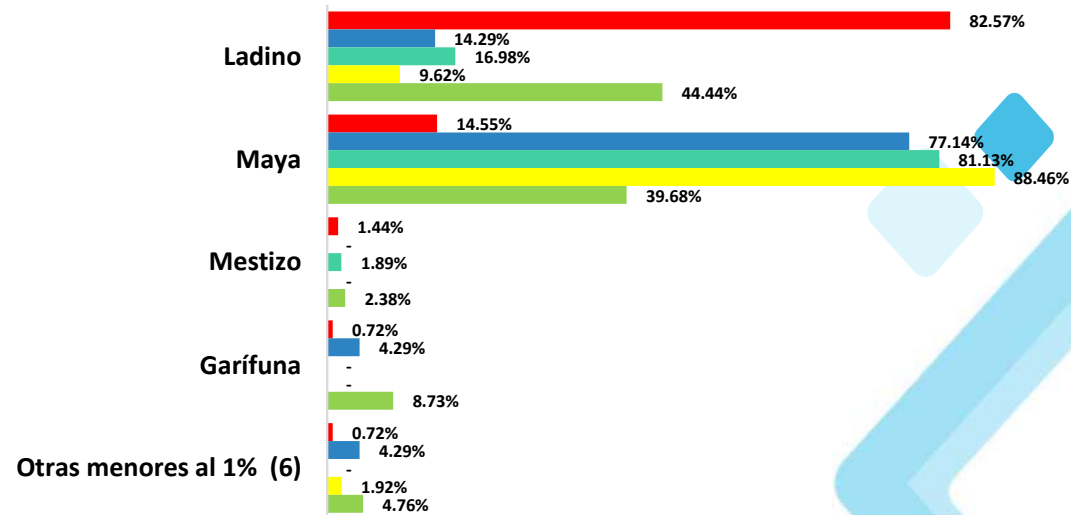
<b>Español</b>	<b>1,251</b>
<b>K'iche</b>	<b>70</b>
<b>Q'eqchi</b>	<b>53</b>
<b>Kaqchikel</b>	<b>52</b>
<b>Otros</b>	<b>126</b>

# Perfil del entrevistado

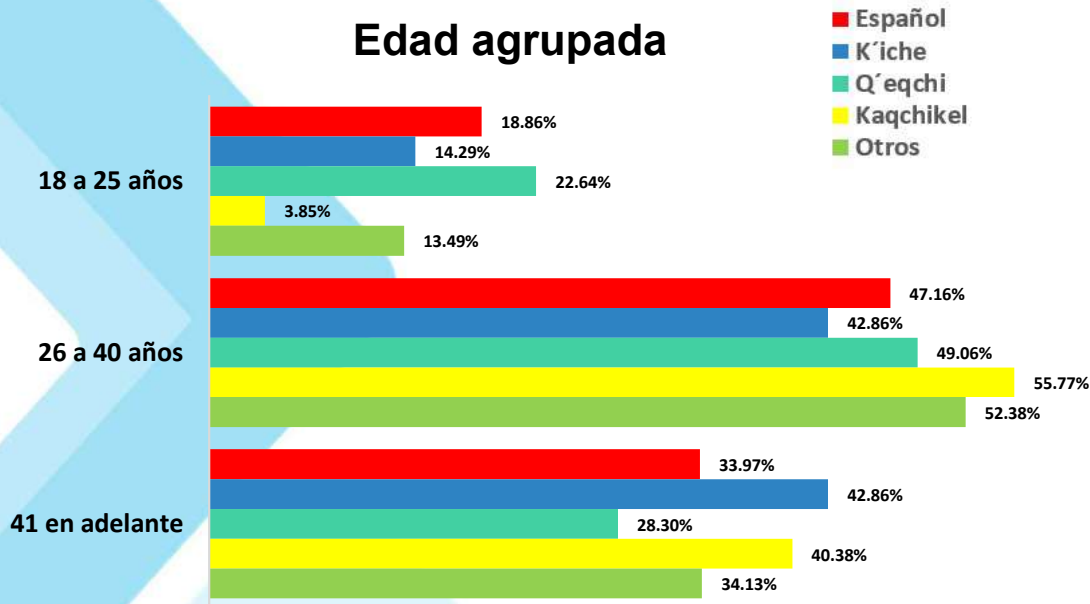
## Género



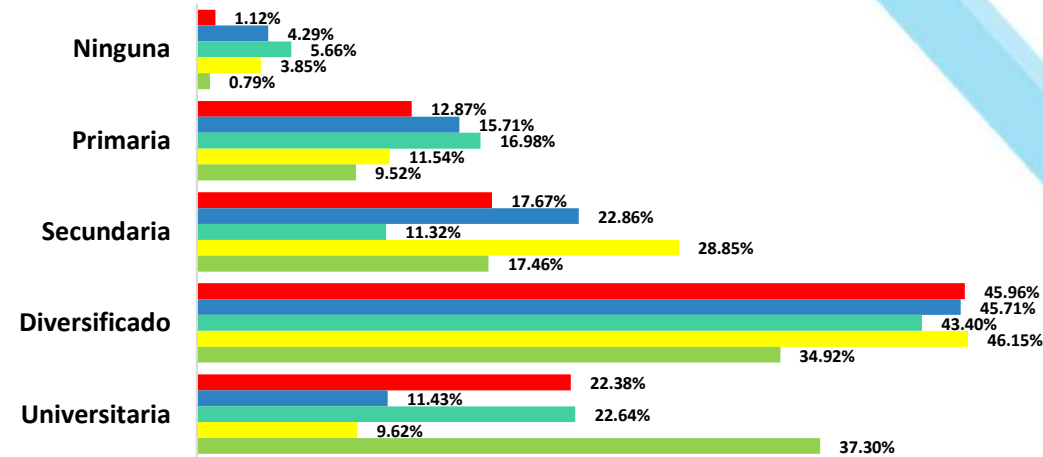
## ¿Cuál es la etnia con la que se identifica?



## Edad agrupada



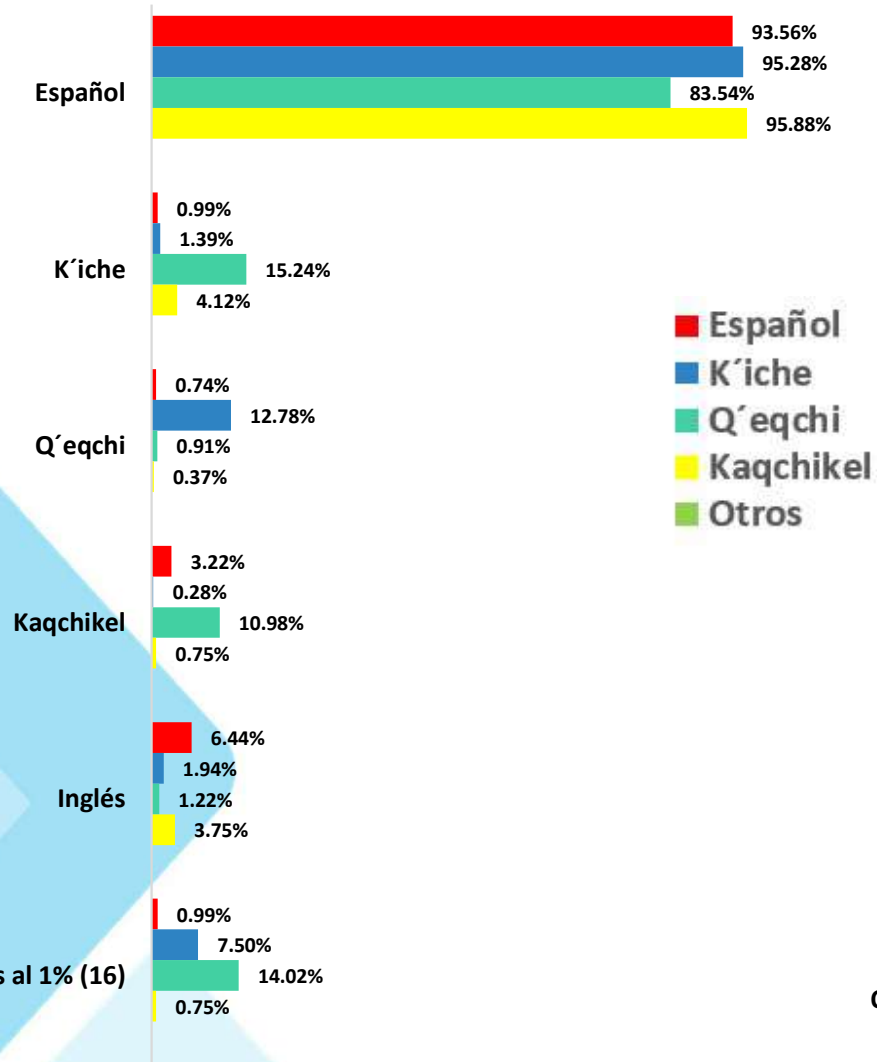
## Escolaridad



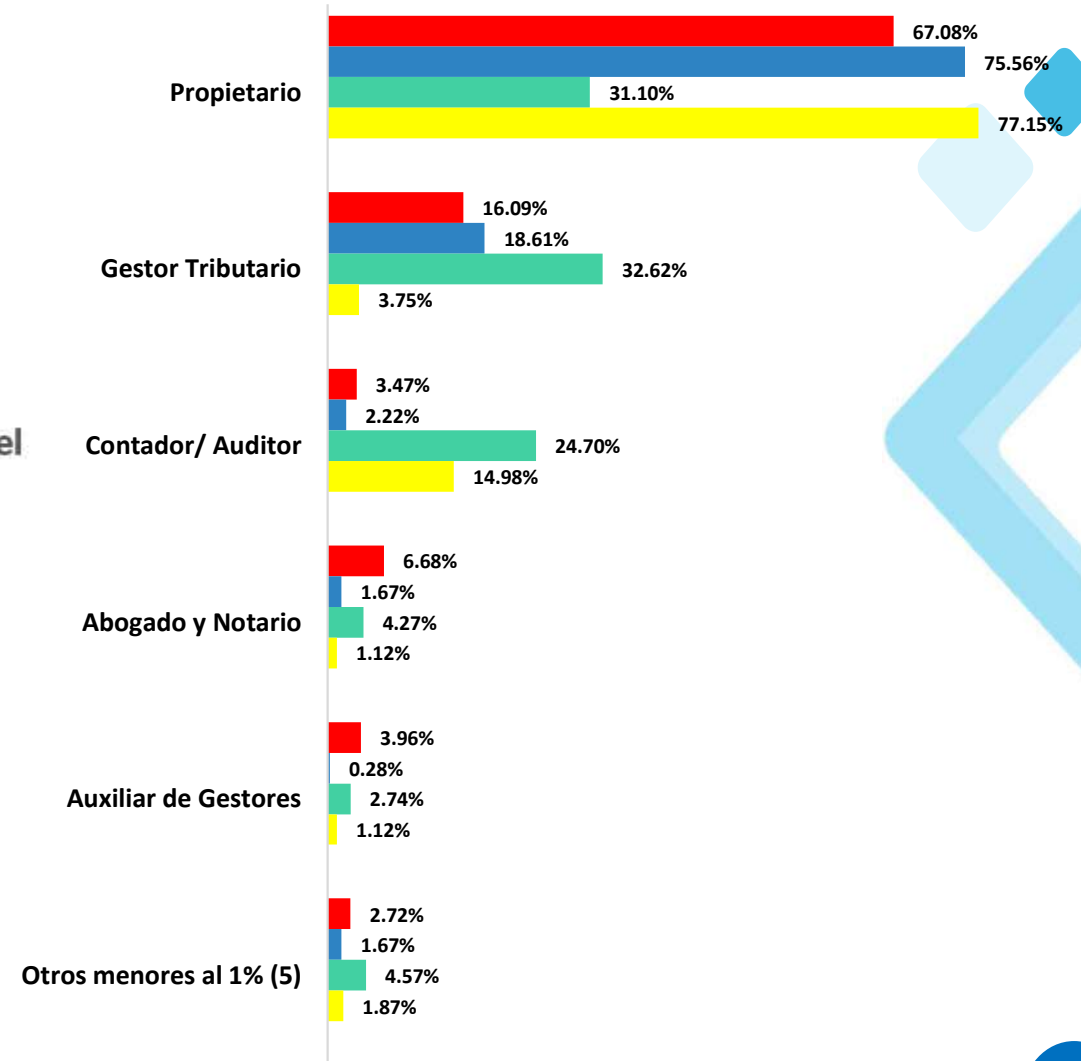


# Perfil del entrevistado

## Idioma (s) que habla



## Calidad de personería con la que actuó para realizar su trámite o gestión tributaria

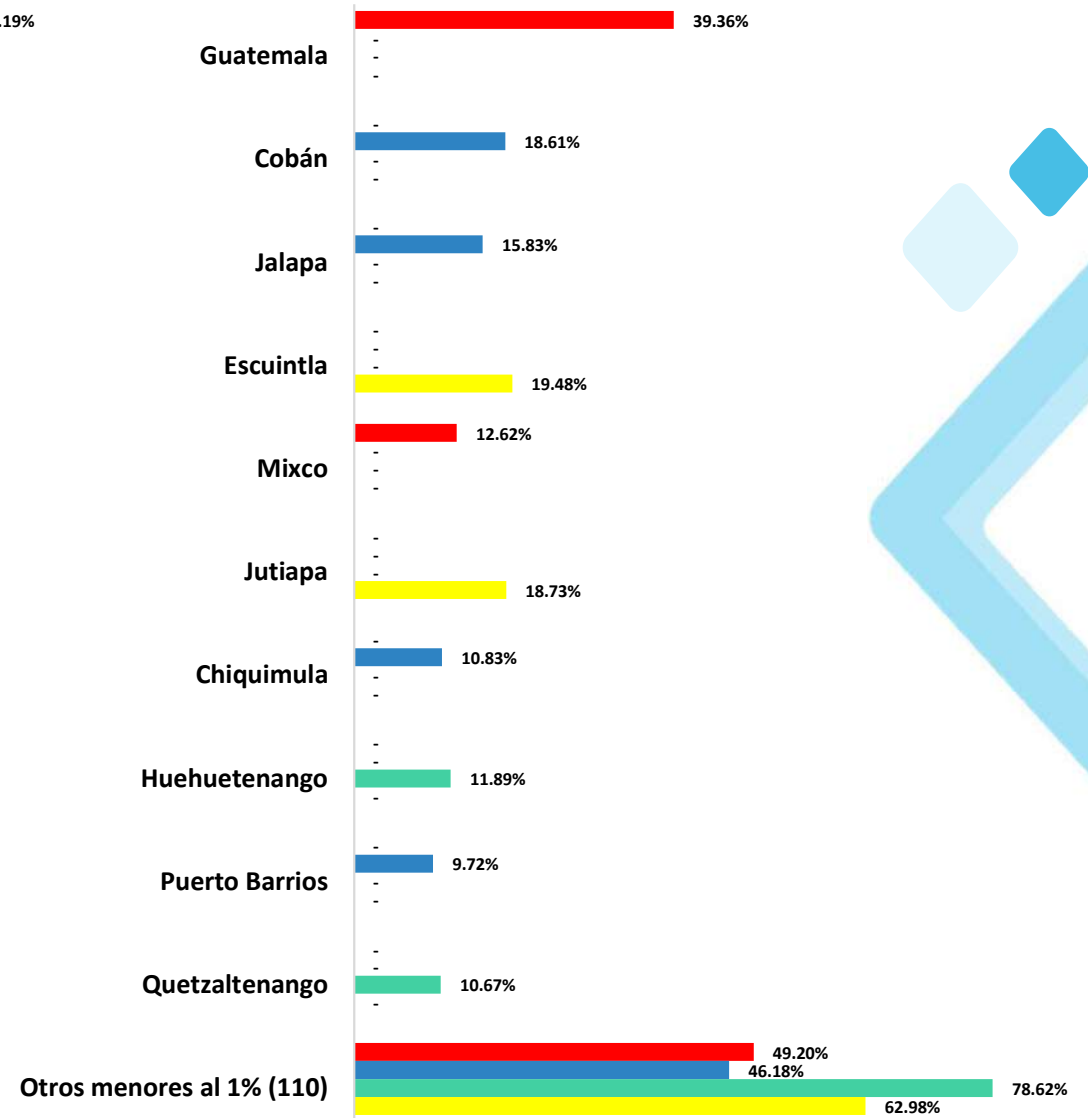
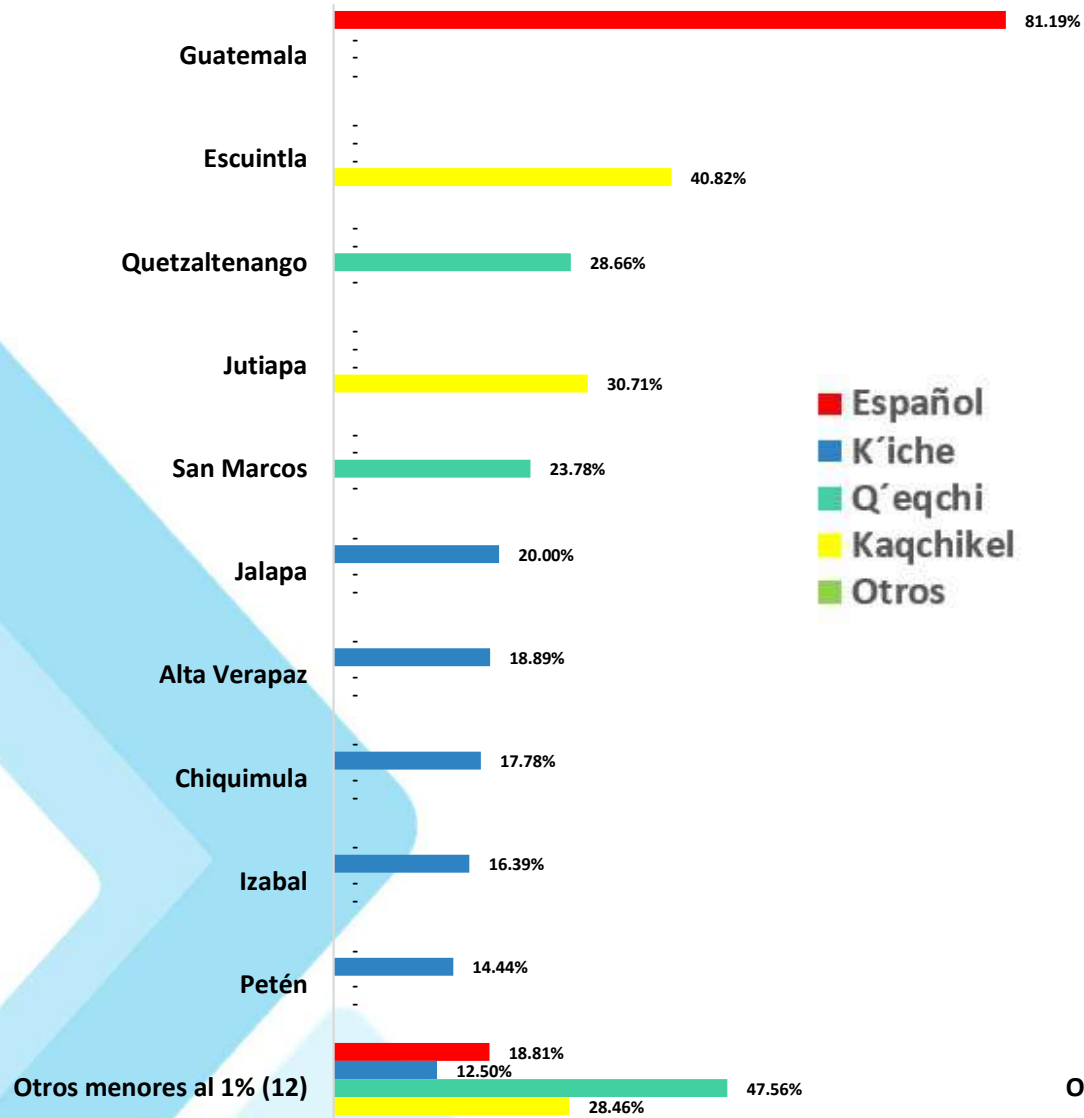




# Perfil del entrevistado

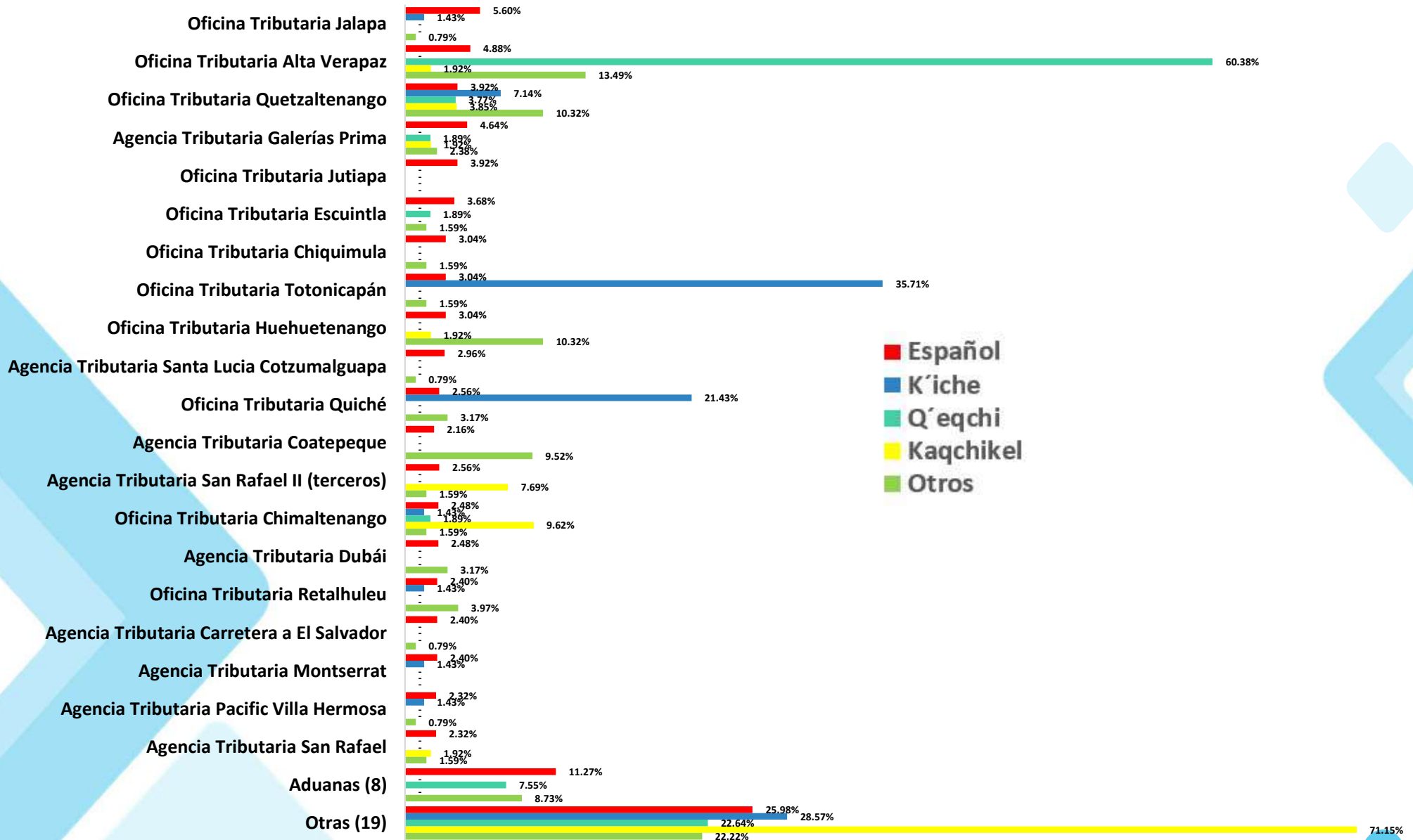
## Departamento

## Municipio



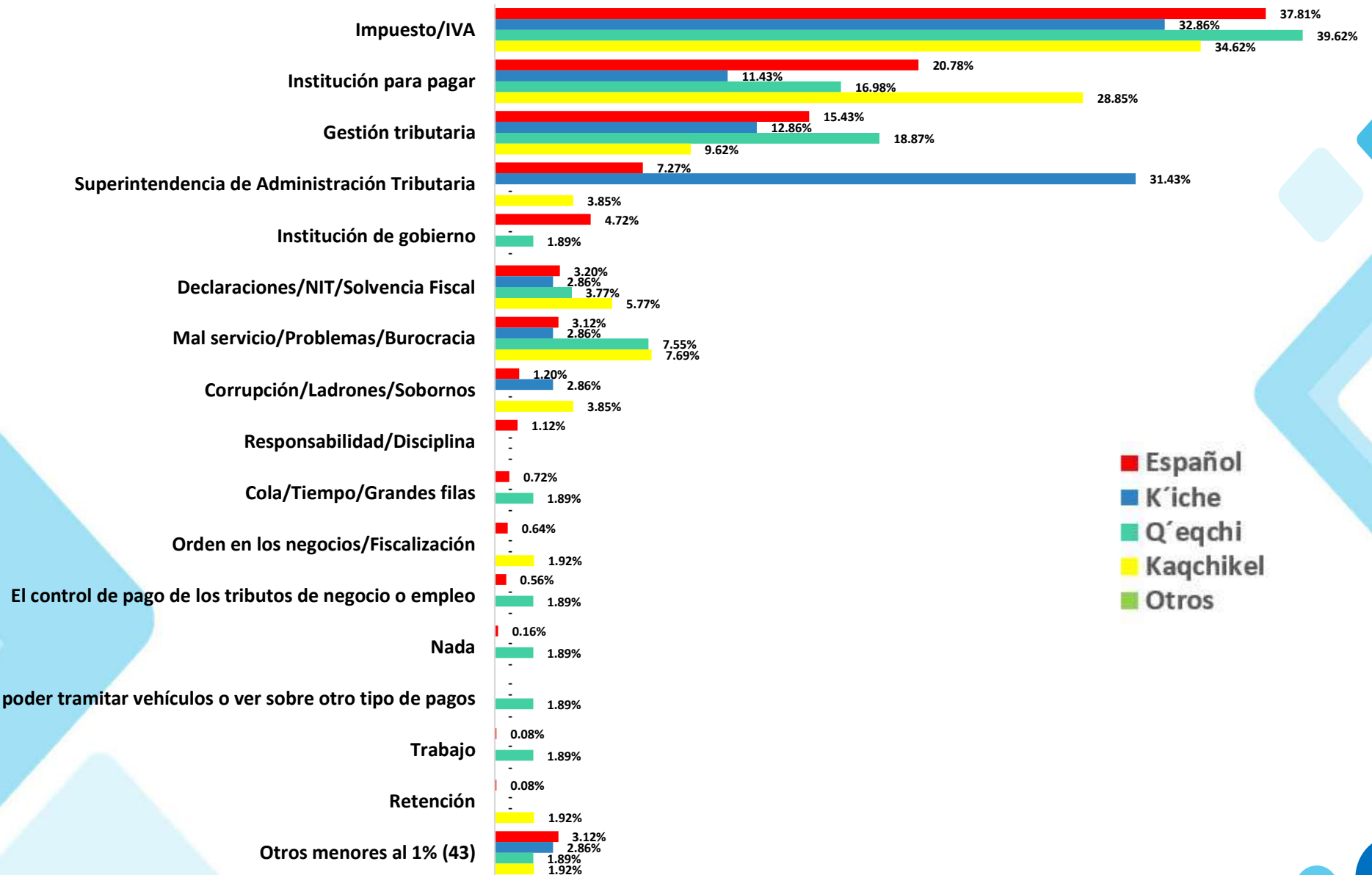
# Perfil del entrevistado

## Nombre del punto de servicio investigado



# Percepción e Imagen Institucional

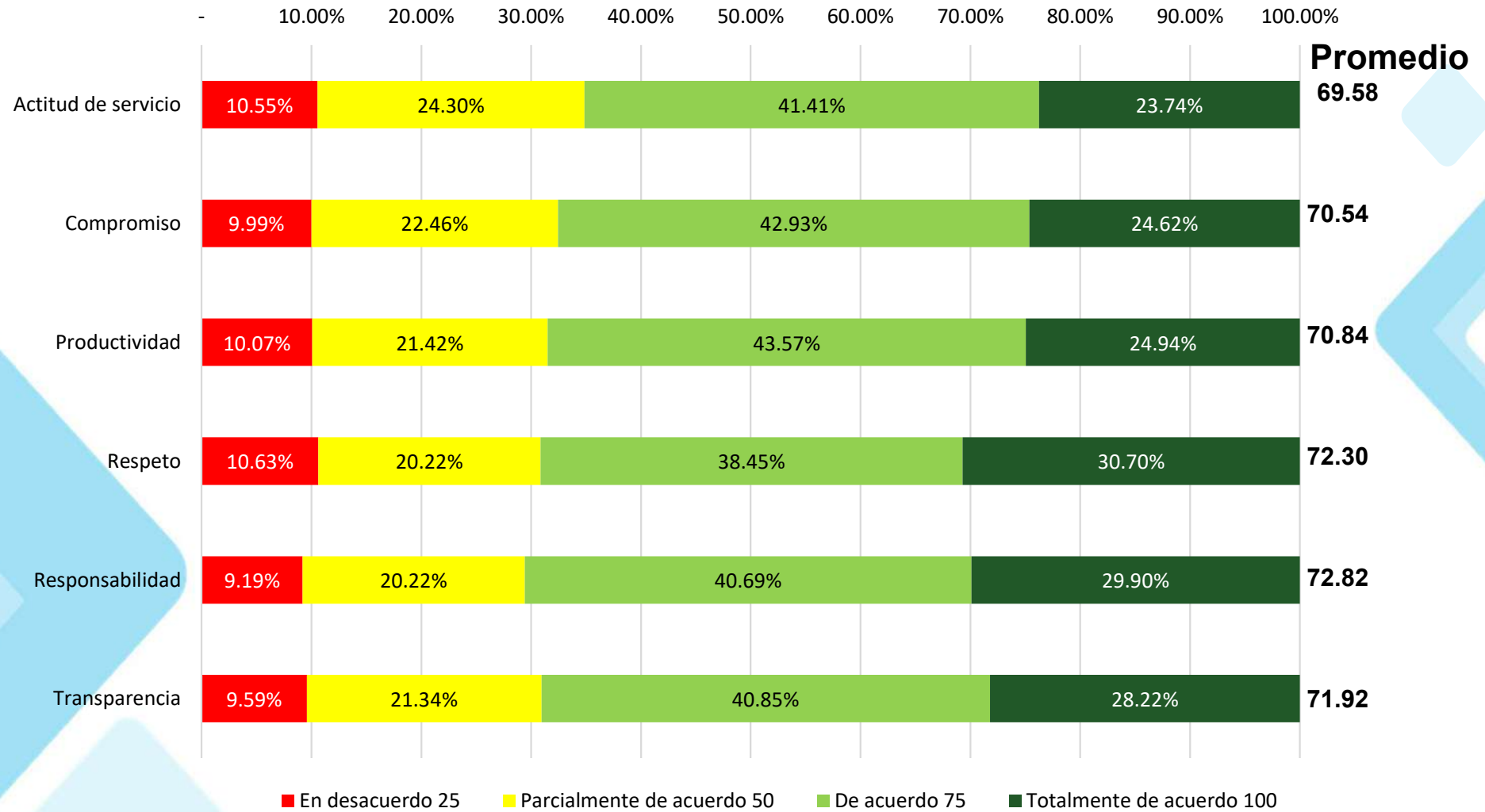
## ¿Qué es lo que piensa cuando escucha el nombre SAT?



■ Español  
■ K'iche  
■ Q'eqchi  
■ Kaqchikel  
■ Otros

# Percepción e Imagen Institucional

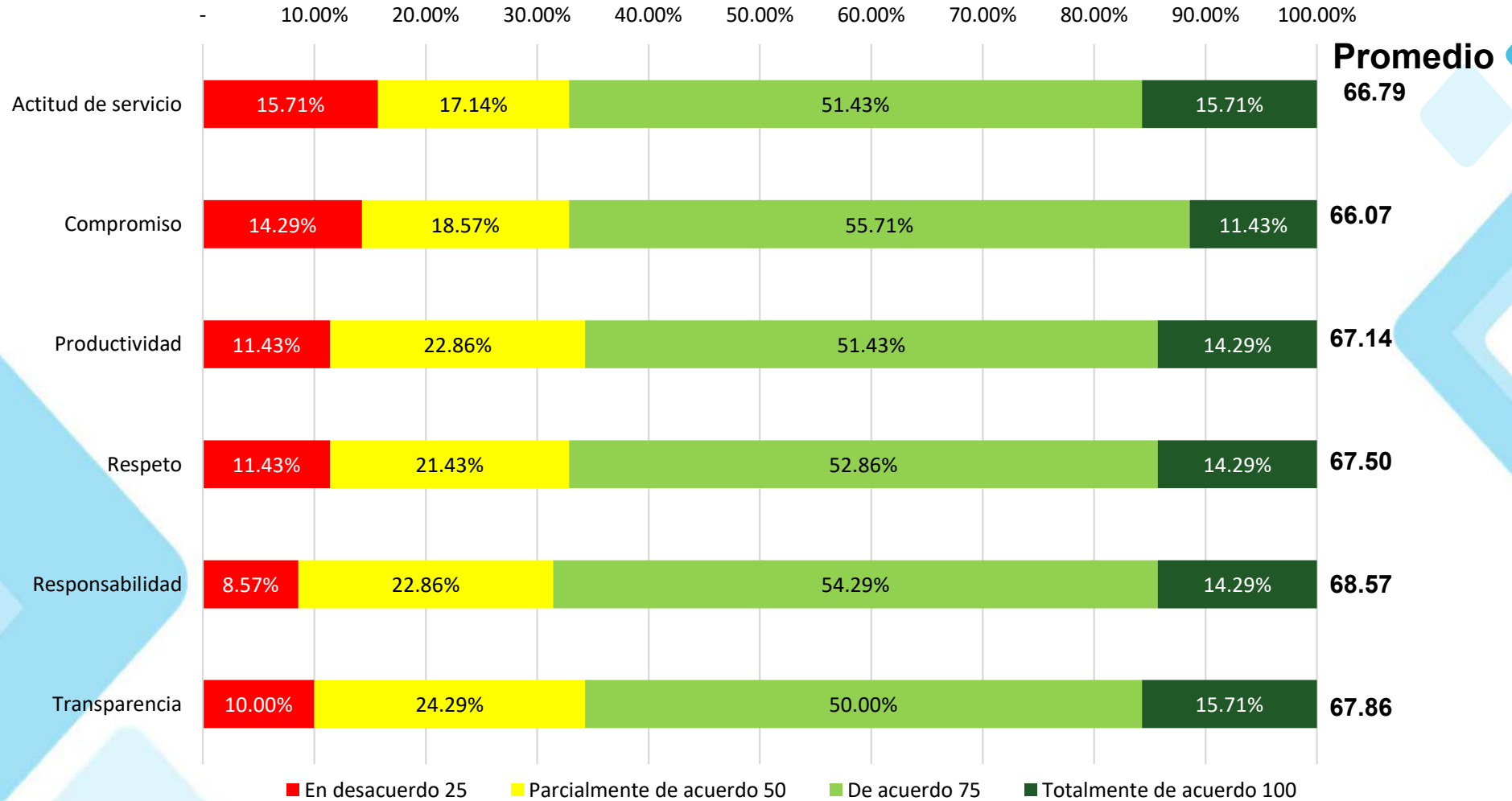
## ¿Cómo calificaría usted los Valores Institucionales de la SAT? Español



■ En desacuerdo 25   ■ Parcialmente de acuerdo 50   ■ De acuerdo 75   ■ Totalmente de acuerdo 100

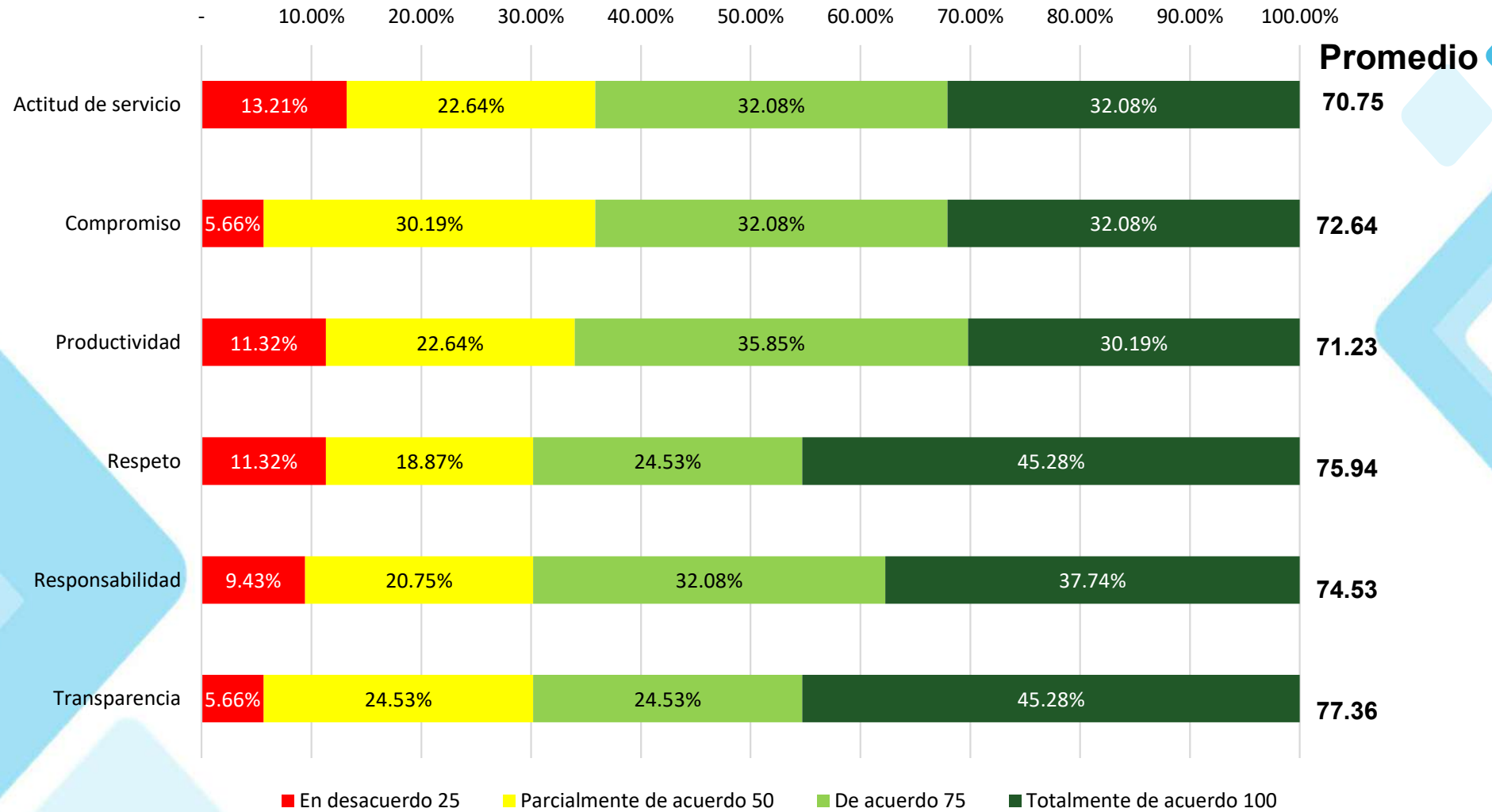
# Percepción e Imagen Institucional

¿Cómo calificaría usted los Valores Institucionales de la SAT?  
K'iche



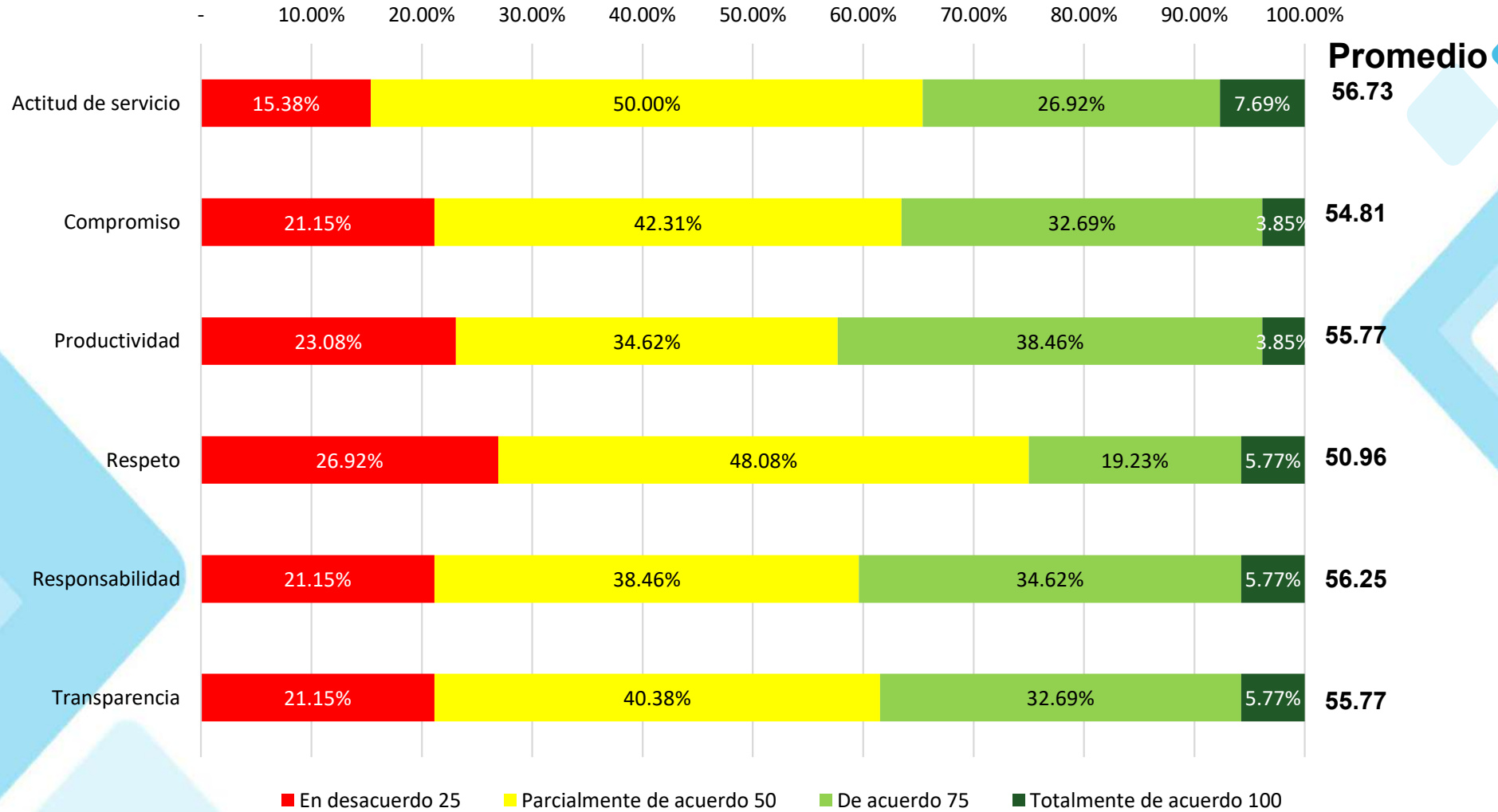
# Percepción e Imagen Institucional

¿Cómo calificaría usted los Valores Institucionales de la SAT?  
Q'eqchi



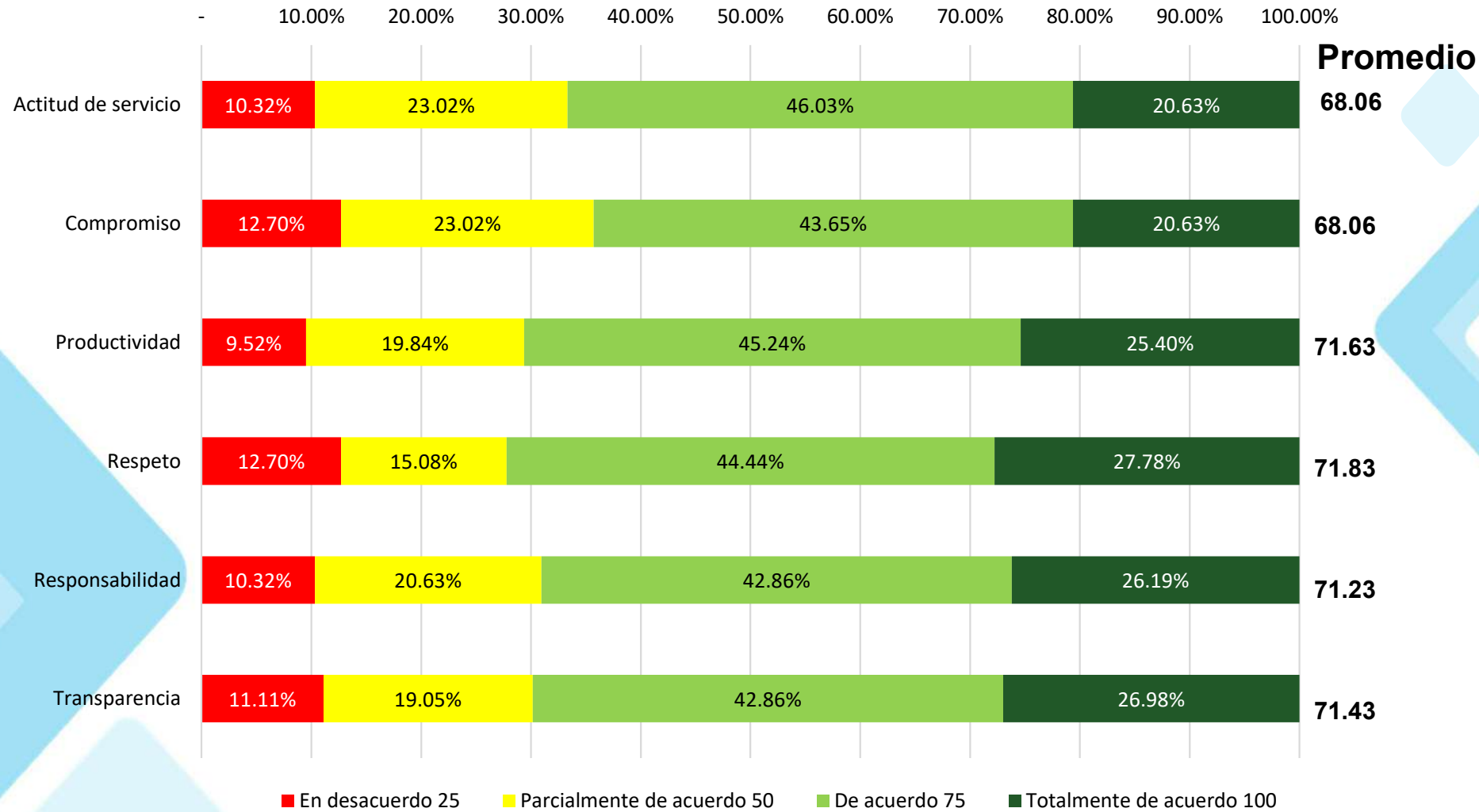
# Percepción e Imagen Institucional

¿Cómo calificaría usted los Valores Institucionales de la SAT?  
Kaqchikel



# Percepción e Imagen Institucional

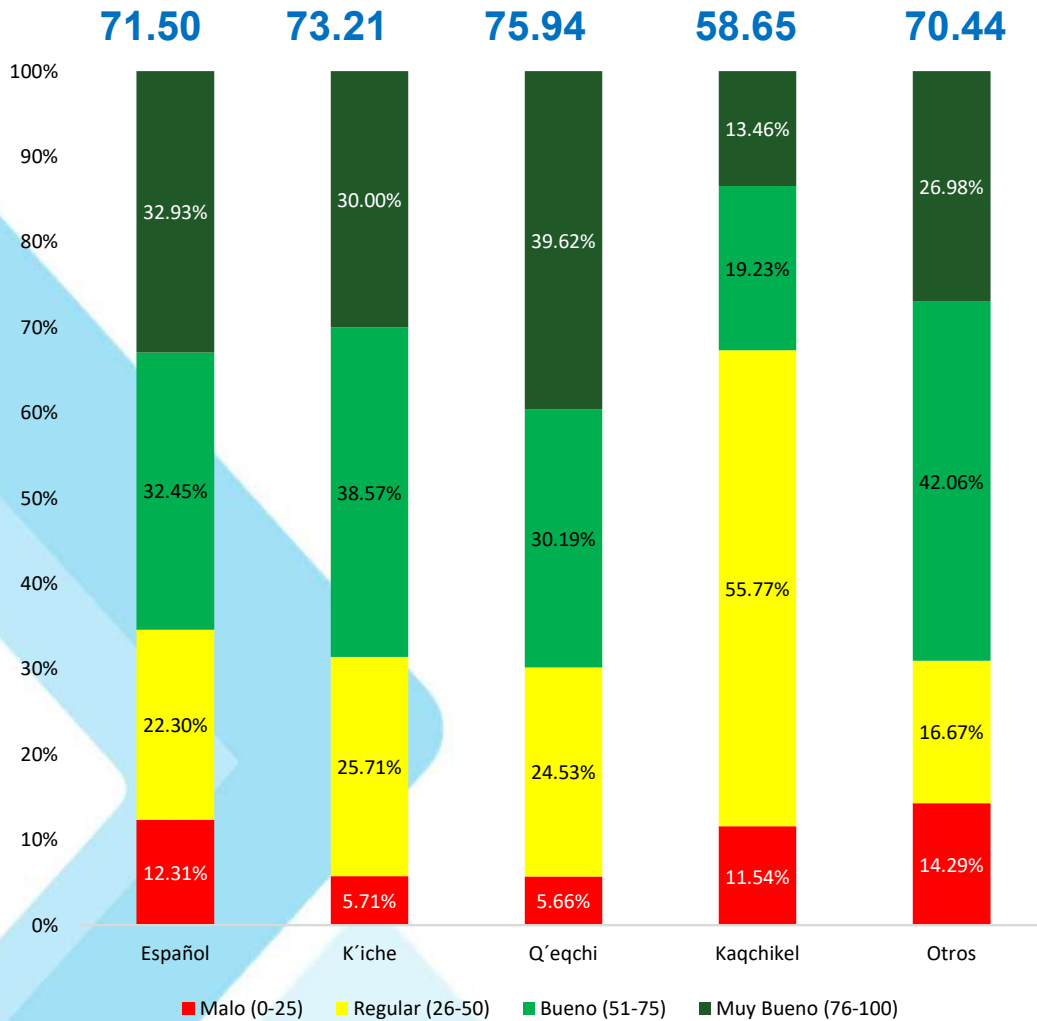
¿Cómo calificaría usted los Valores Institucionales de la SAT?  
Otros



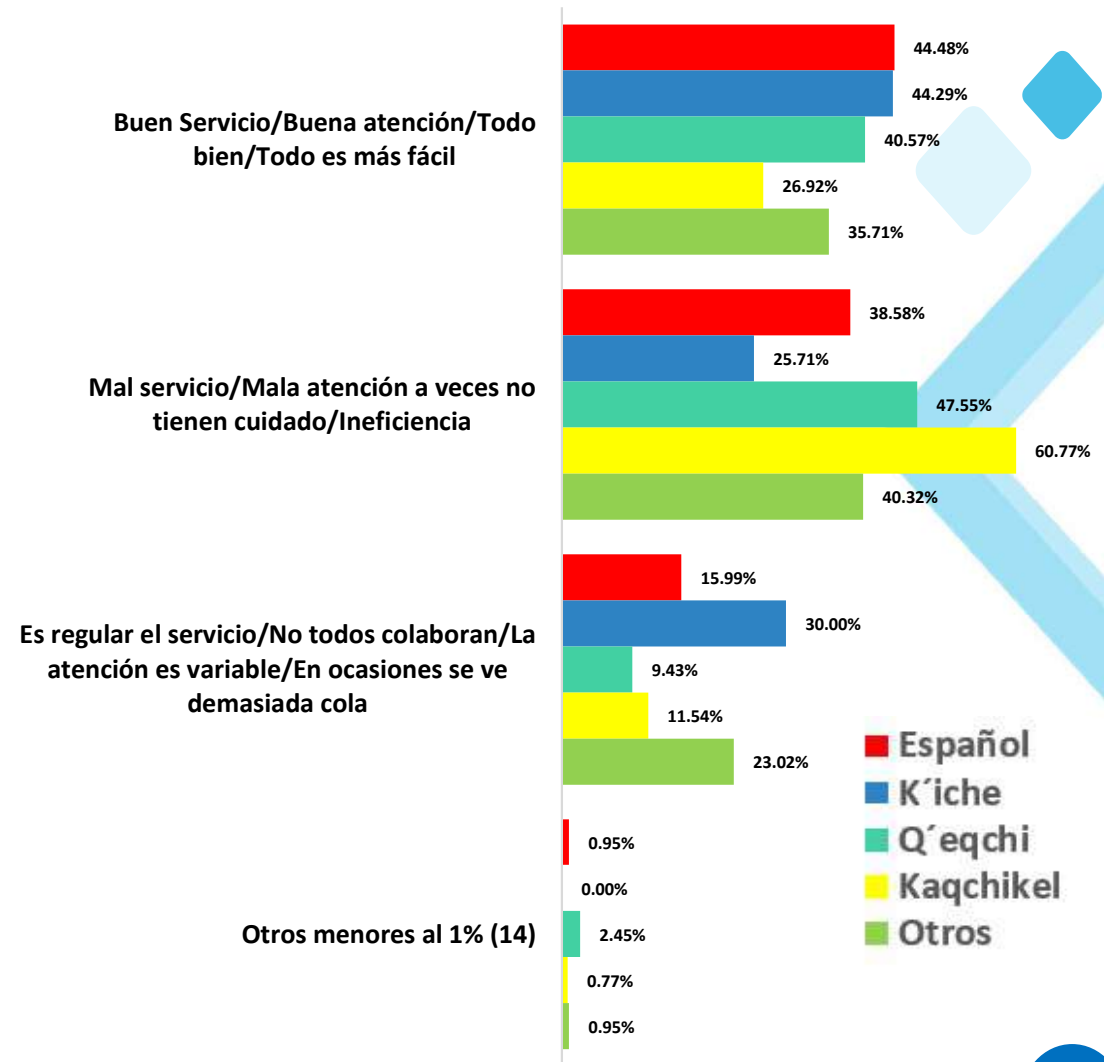


# Percepción e Imagen Institucional

A nivel general, ¿cómo calificaría el servicio que SAT presta a los contribuyentes y usuarios?



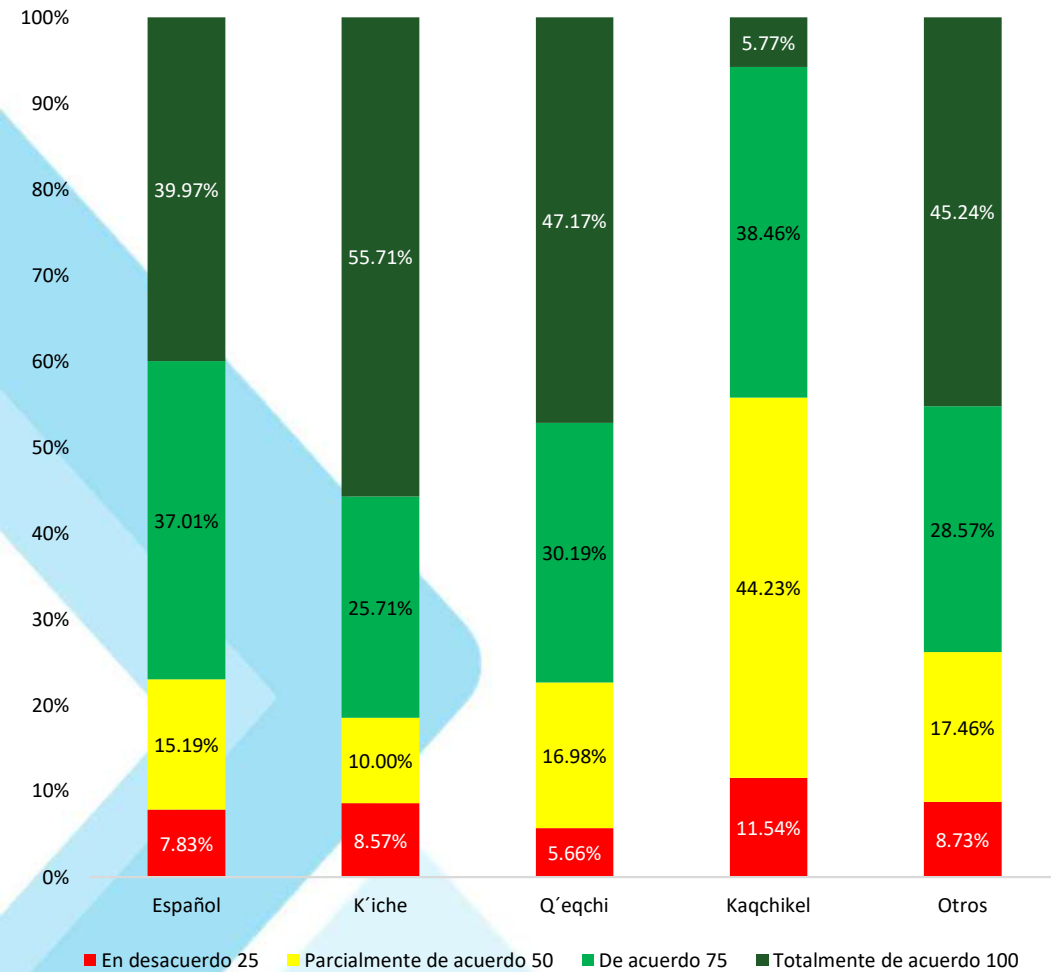
¿Por qué motivo le da esa calificación?



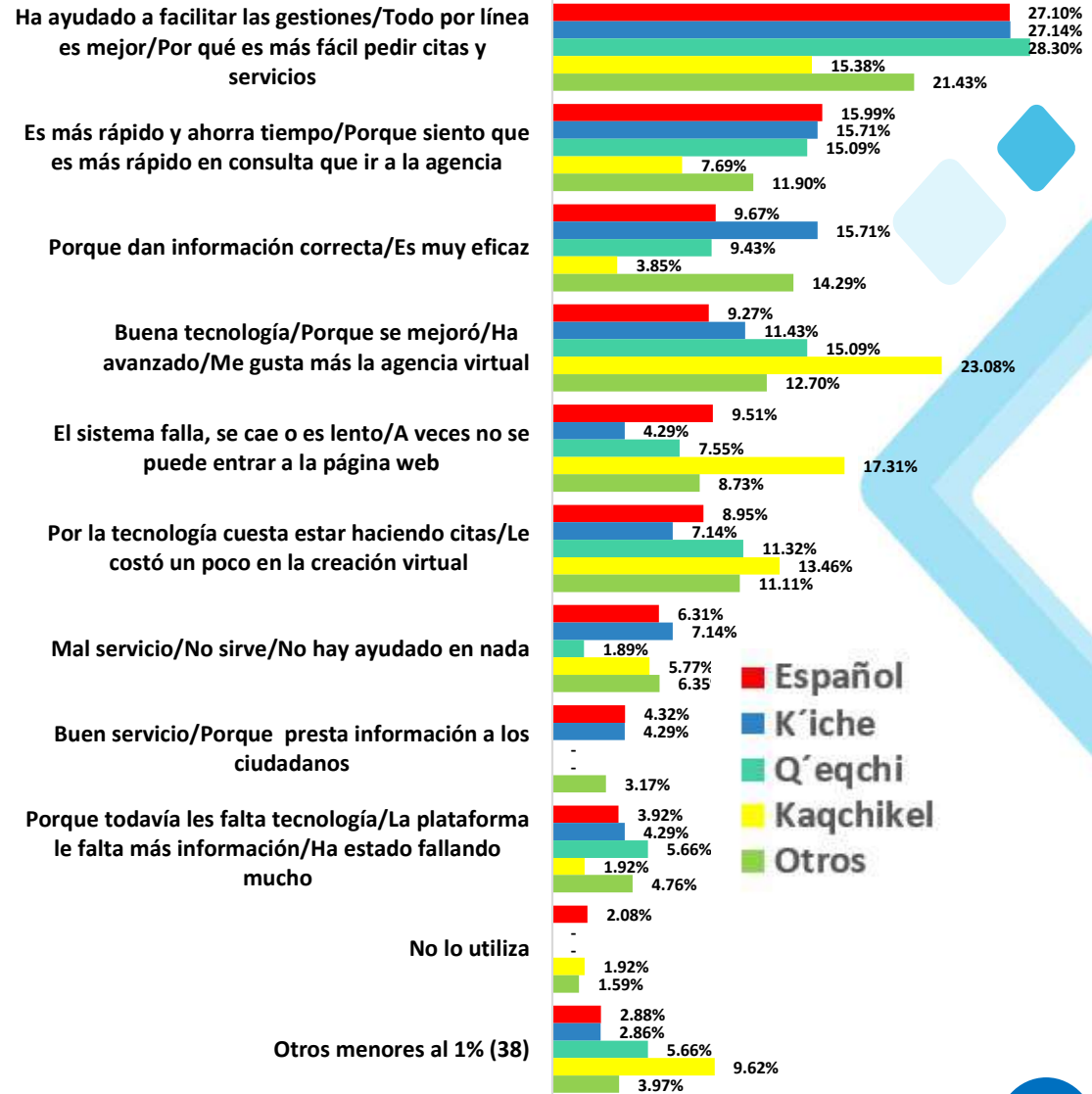
# Percepción e Imagen Institucional

¿Qué calificación le daría a la afirmación: La tecnología de información y comunicación me facilitó el uso de los servicios de la SAT?

77.28      82.14      79.72      59.62      77.58

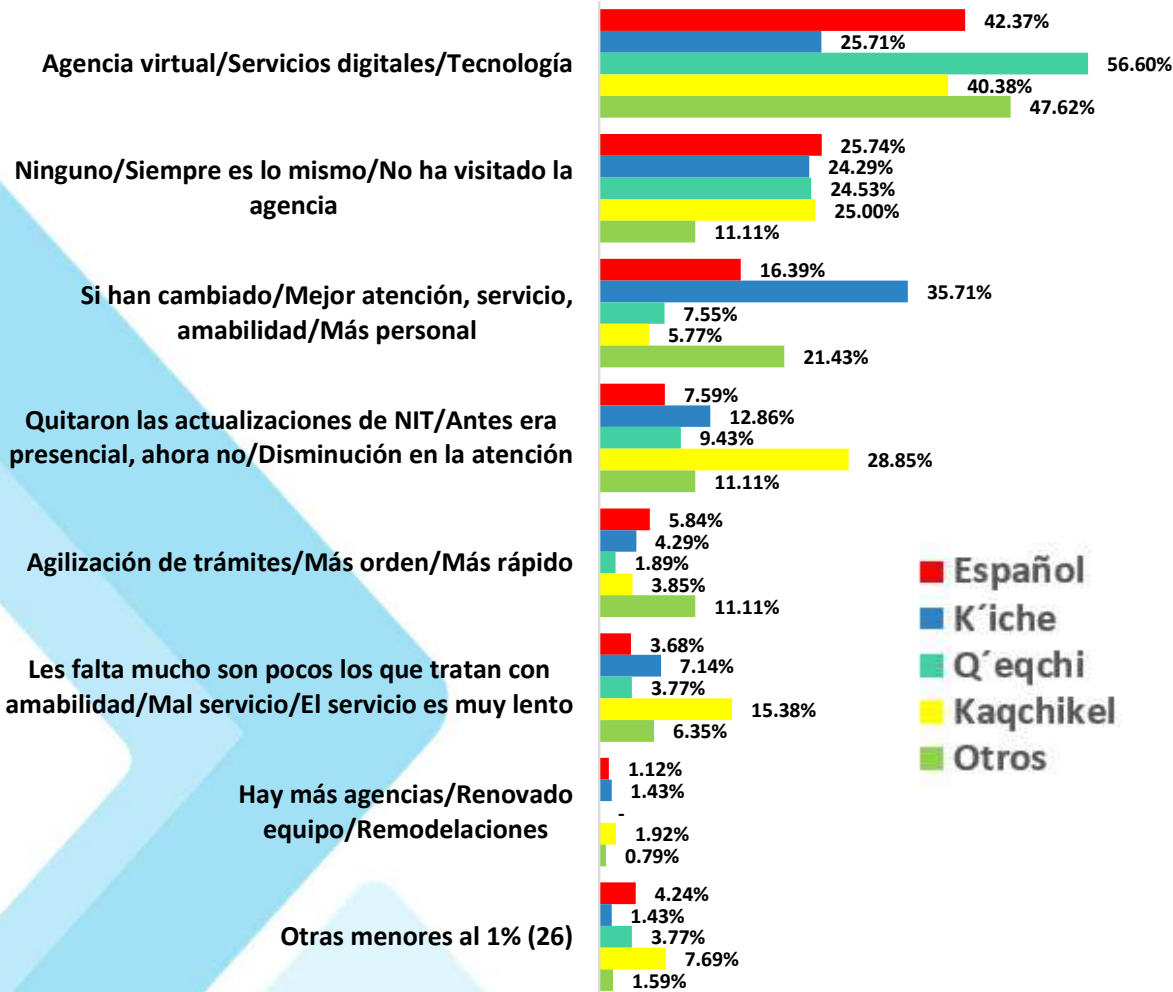


¿Por qué motivo le da esa calificación?

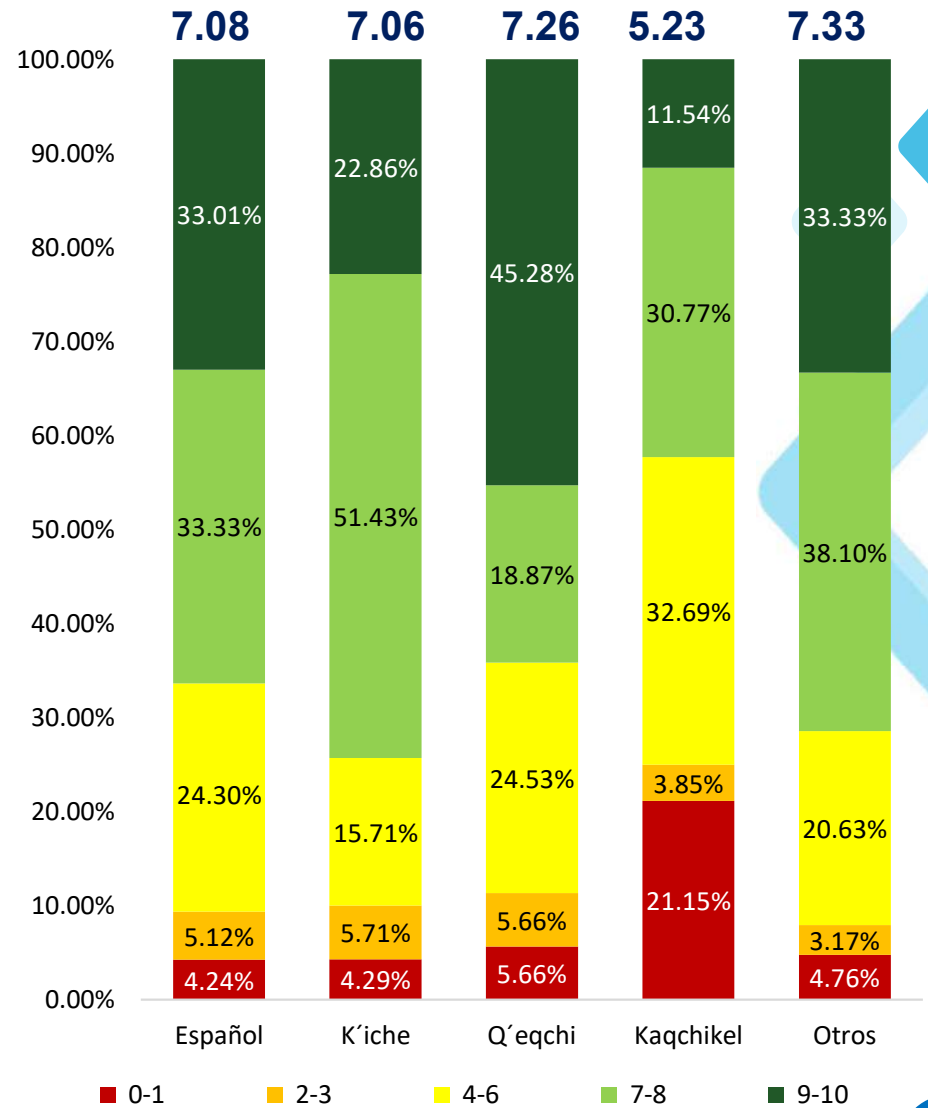


# Percepción e Imagen Institucional

En los últimos dos años ¿Qué cambios ha percibido en los **SERVICIOS** que la SAT brinda a los contribuyentes y usuarios?



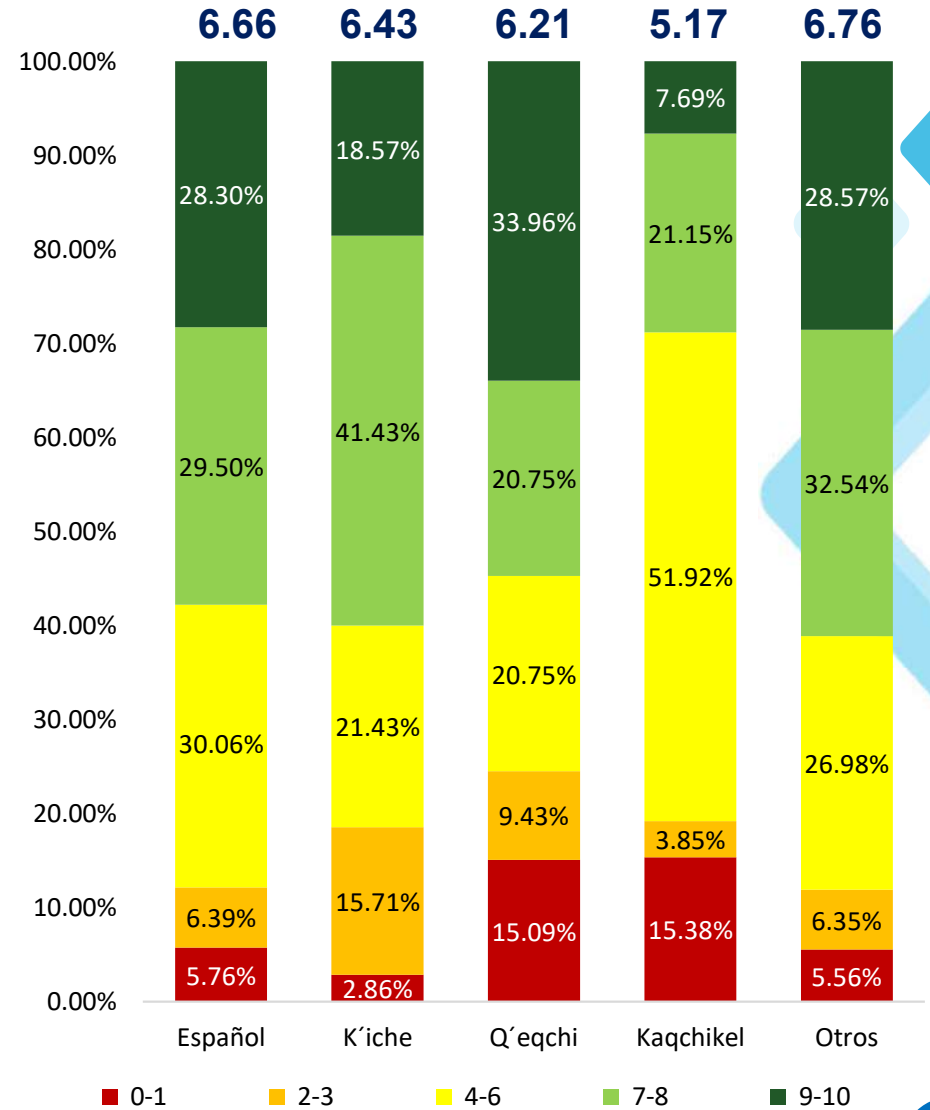
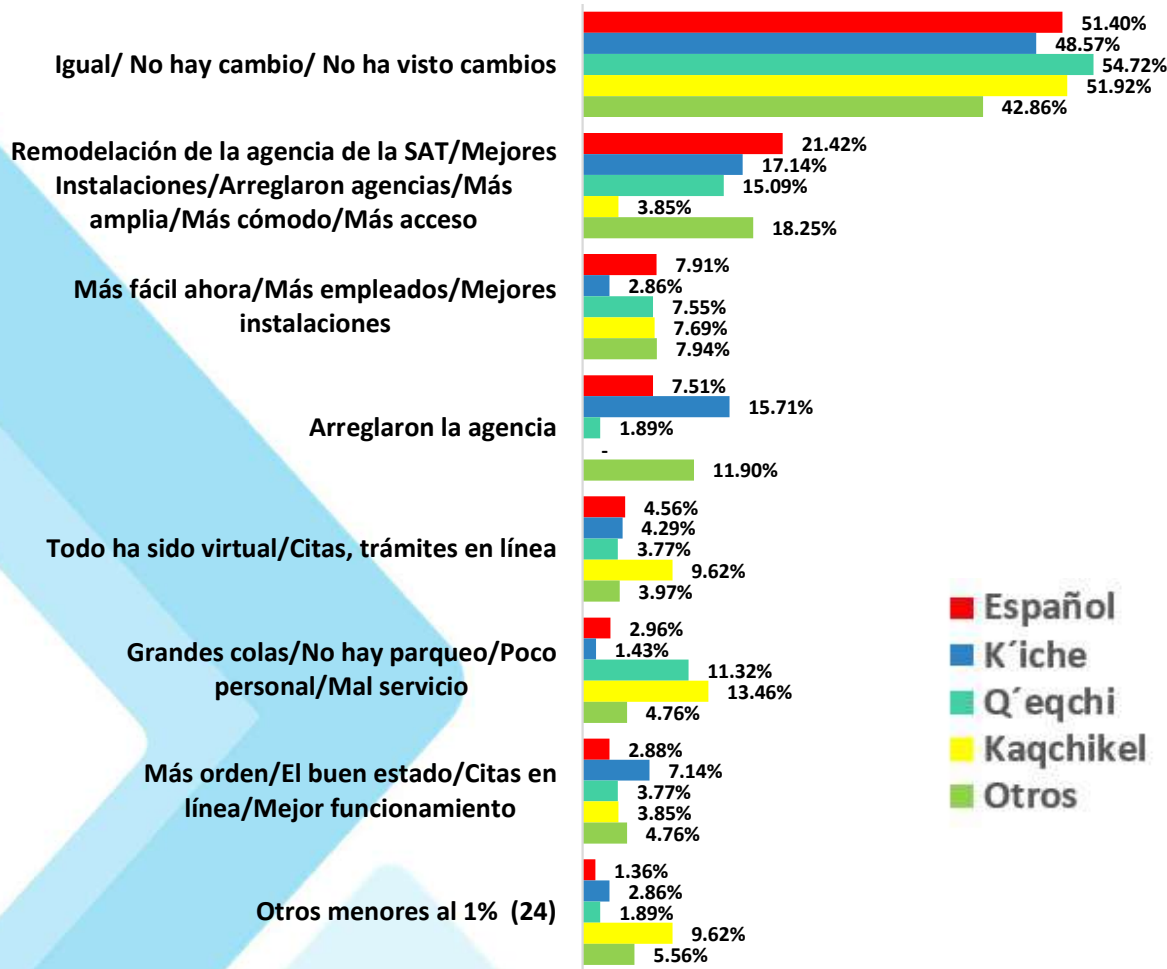
¿Qué calificación les daría a esos cambios?



# Percepción e Imagen Institucional

En los últimos dos años ¿Qué cambios ha percibido en LAS INSTALACIONES que la SAT brinda a los contribuyentes y usuarios?

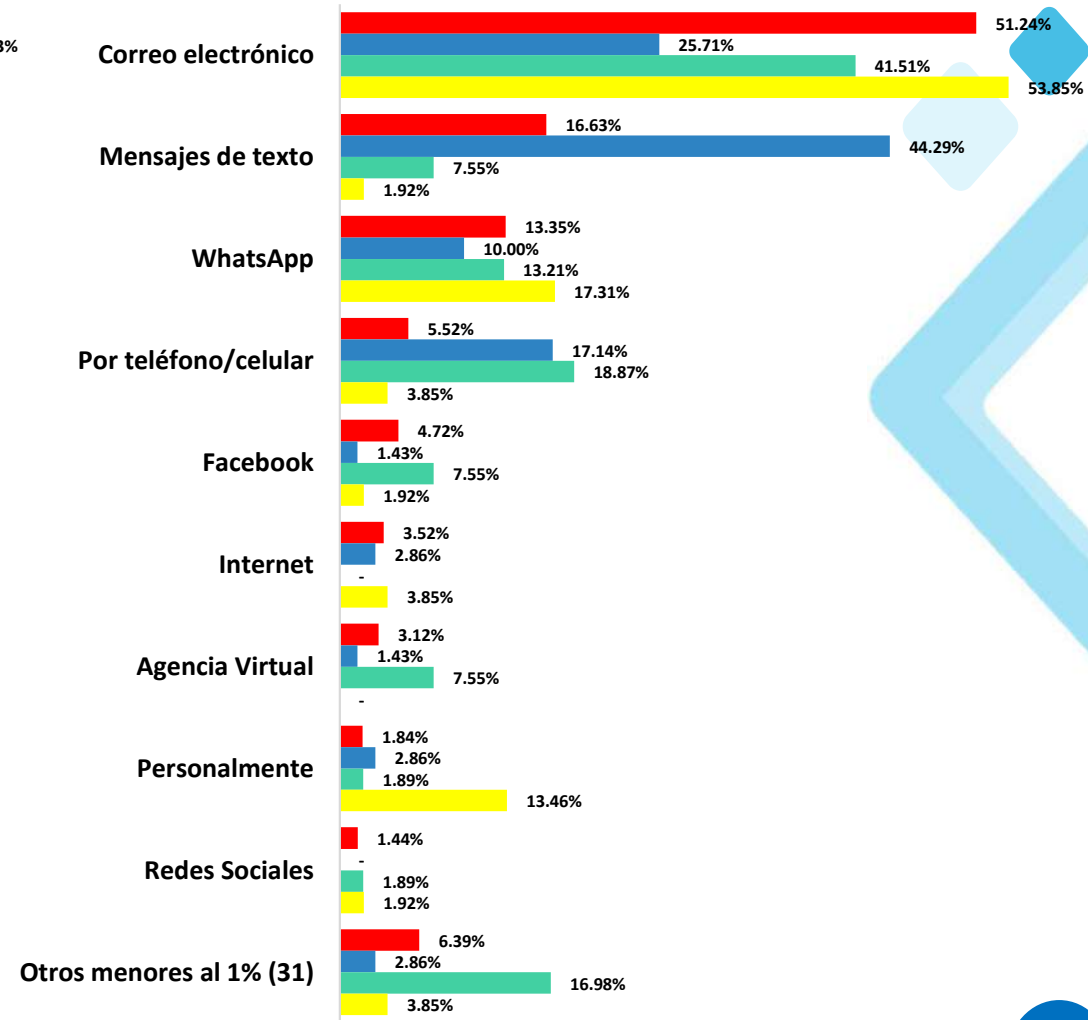
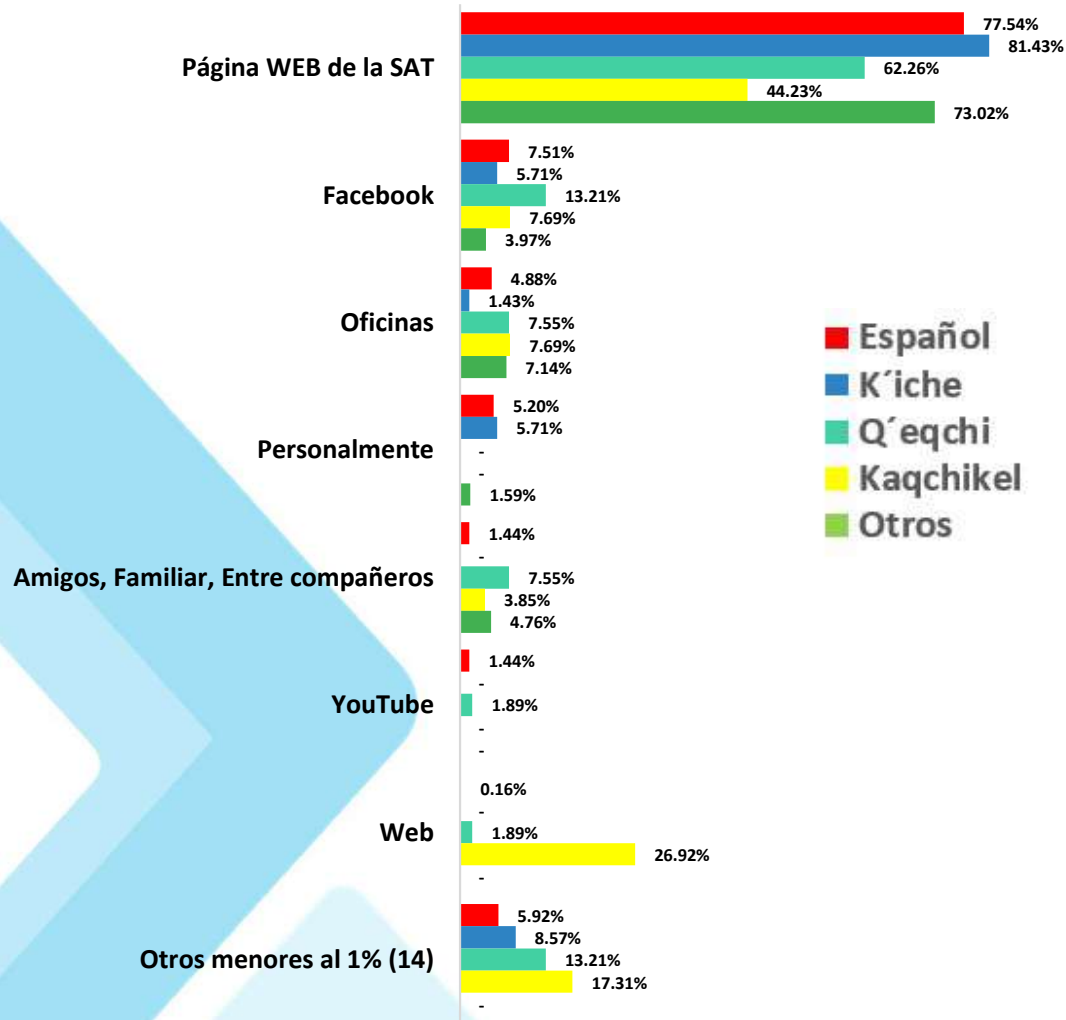
¿Qué calificación les daría a esos cambios?



# Medios de comunicación

Cuando necesita información de cómo hacer un trámite en la SAT, ¿En dónde consulta?

¿Por qué medio le gustaría recibir información sobre el pago de impuestos?

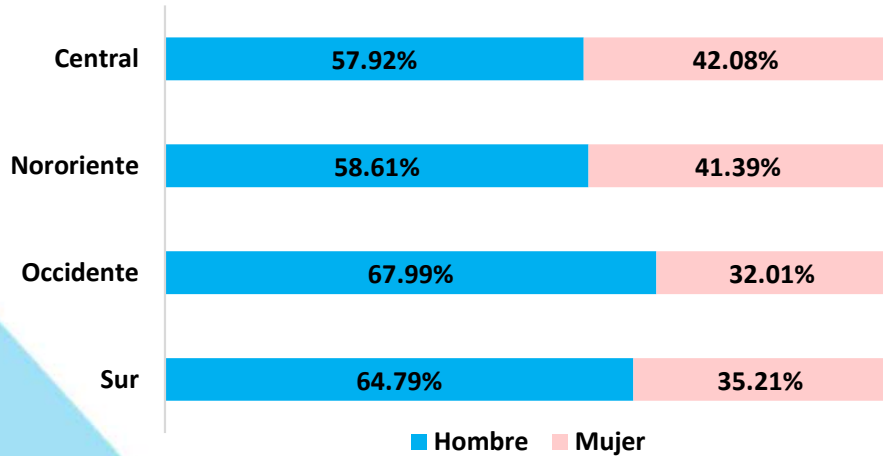


# Región

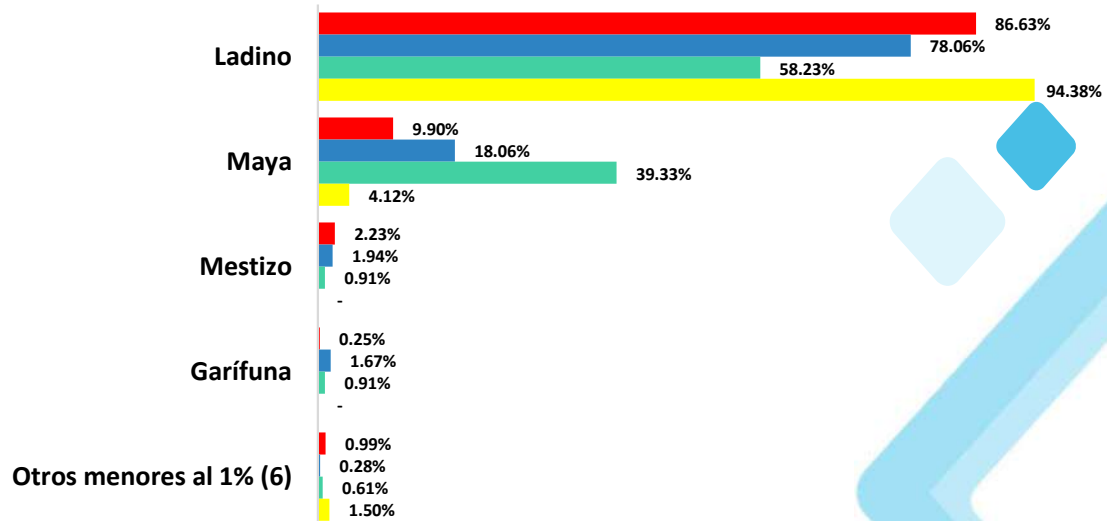
<b>Central</b>	<b>404</b>
<b>Nororiente</b>	<b>360</b>
<b>Occidente</b>	<b>328</b>
<b>Sur</b>	<b>267</b>

# Perfil del entrevistado

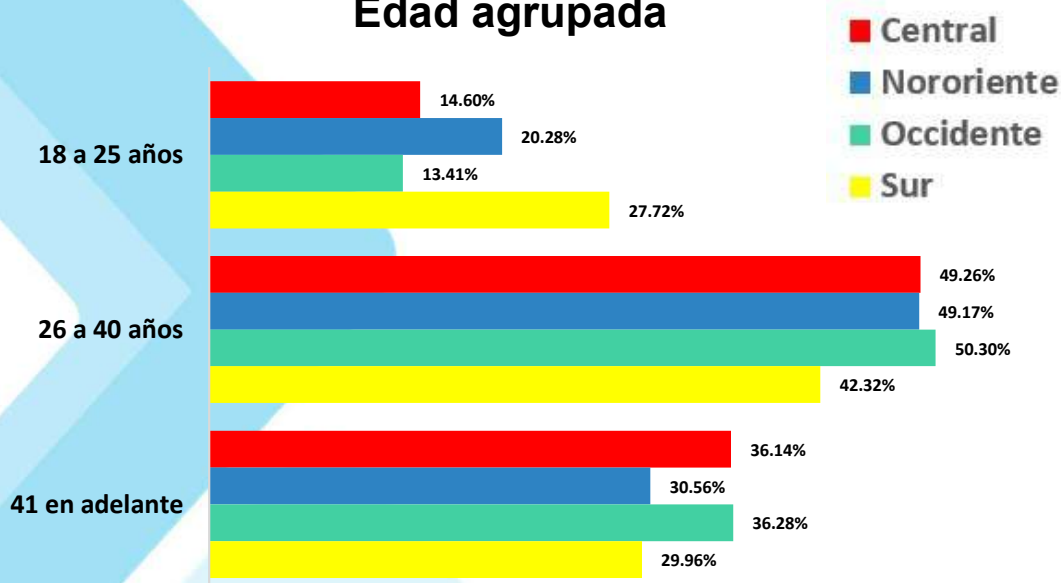
## Género



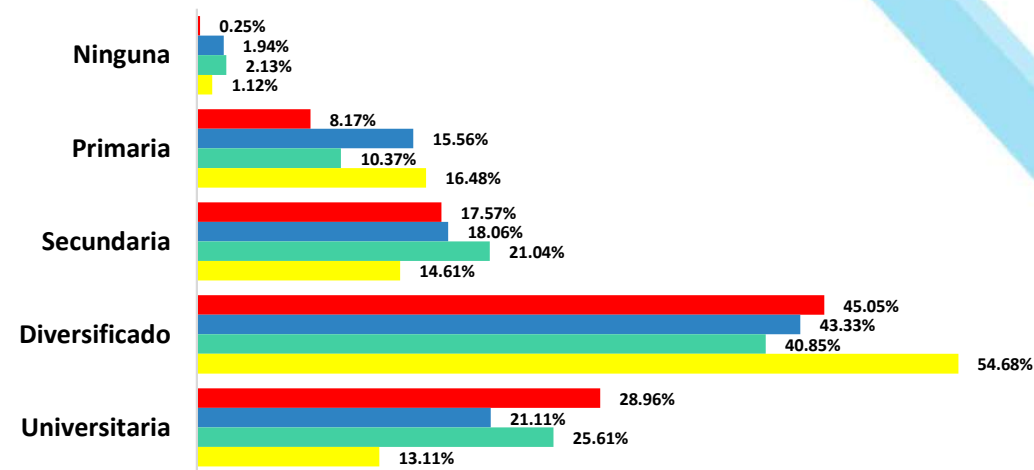
## ¿Cuál es la etnia con la que se identifica?



## Edad agrupada



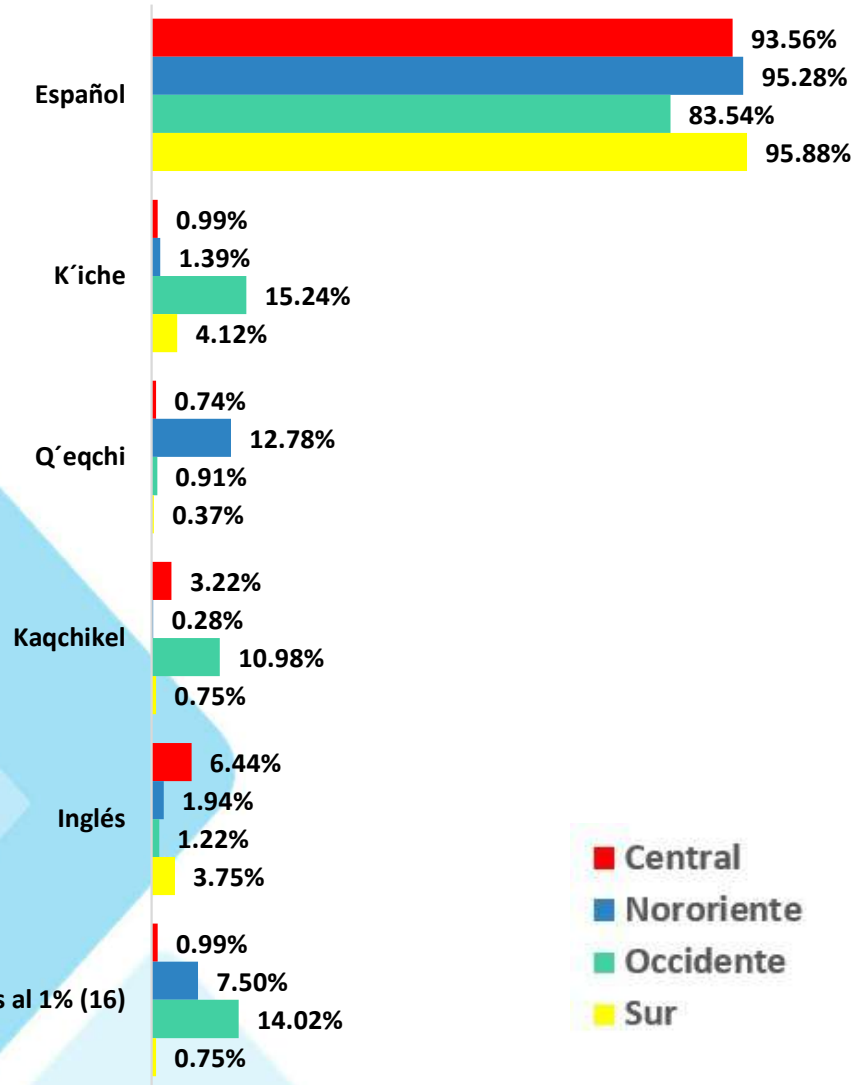
## Escolaridad



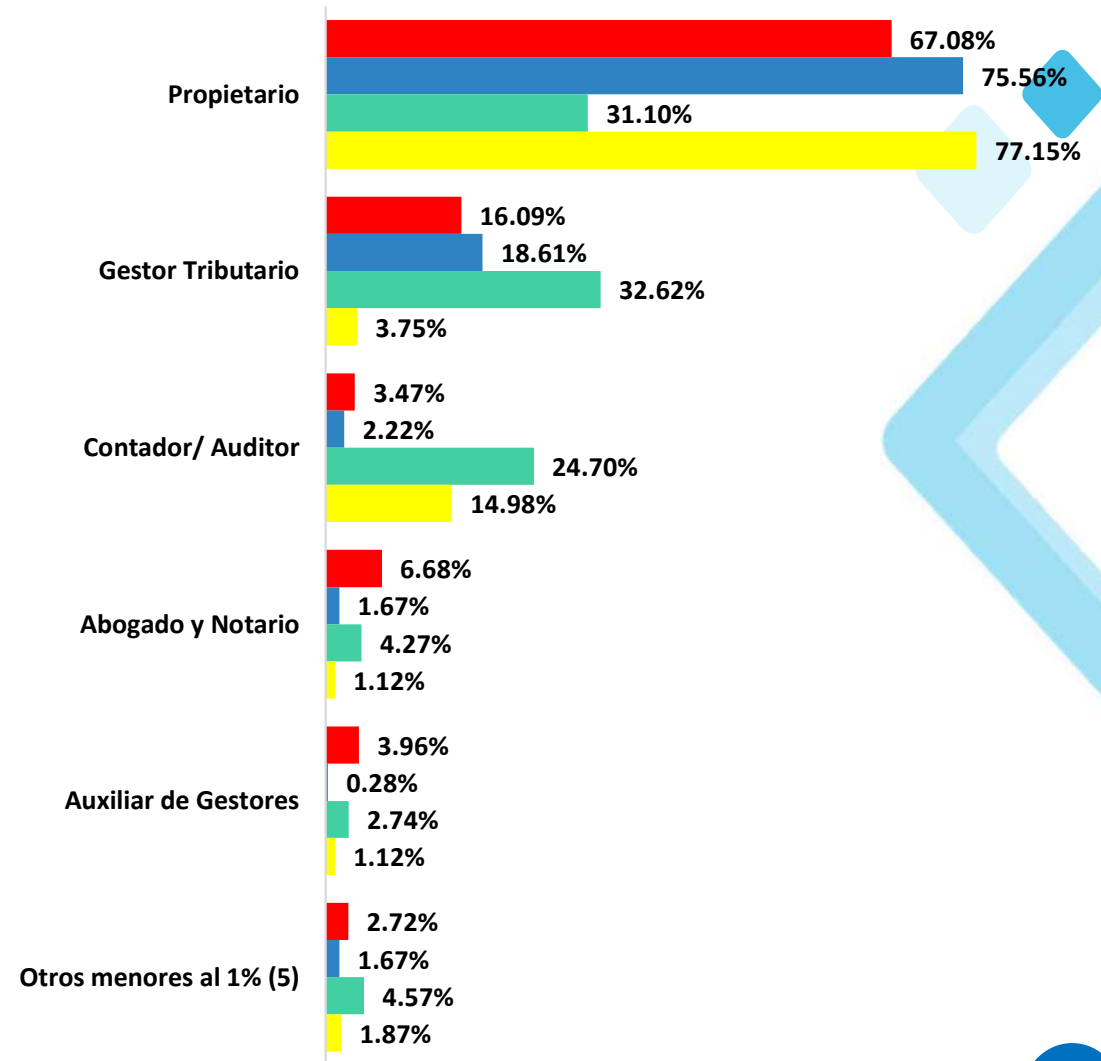


# Perfil del entrevistado

## Idioma (s) que habla



## Calidad de personería con la que actuó para realizar su trámite o gestión tributaria

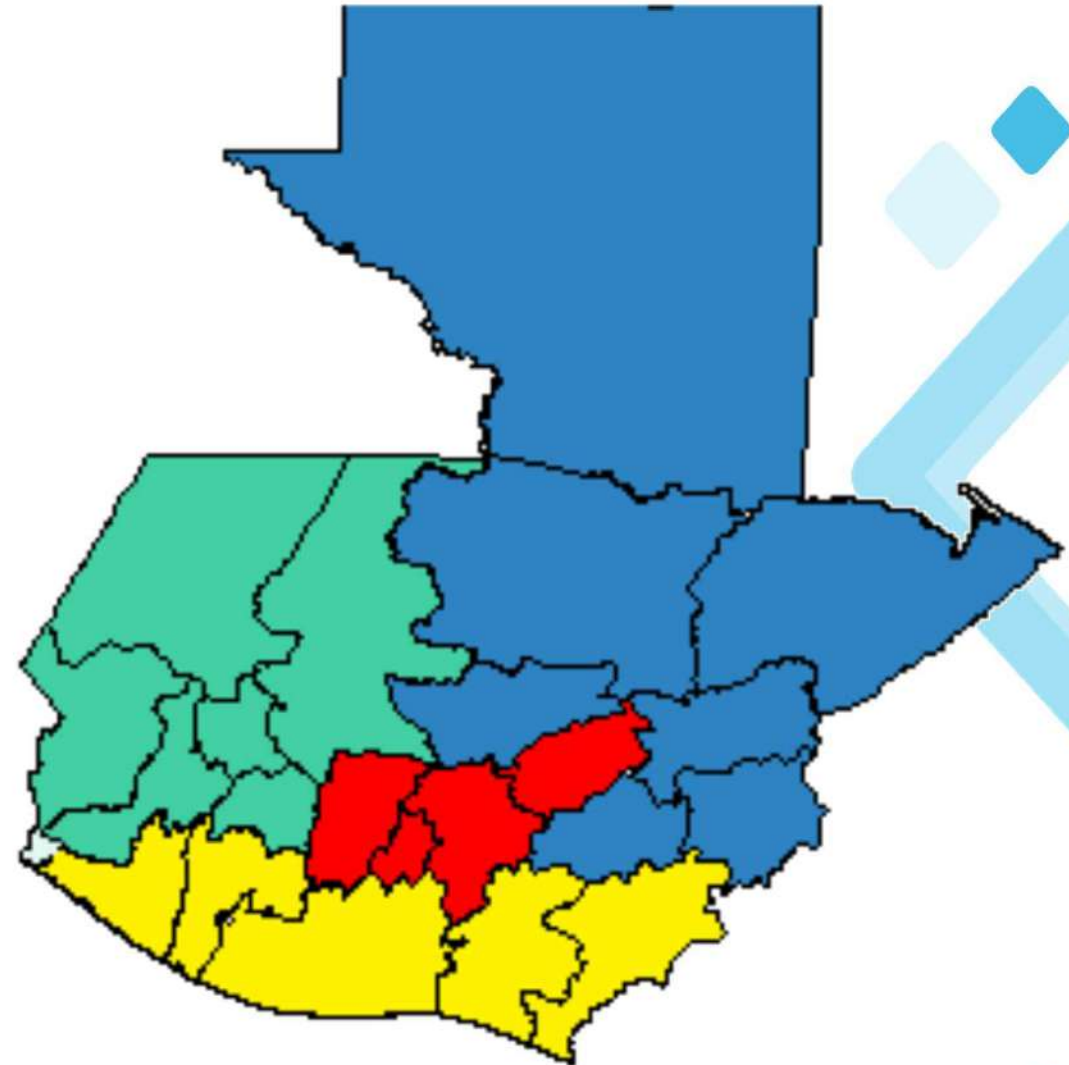
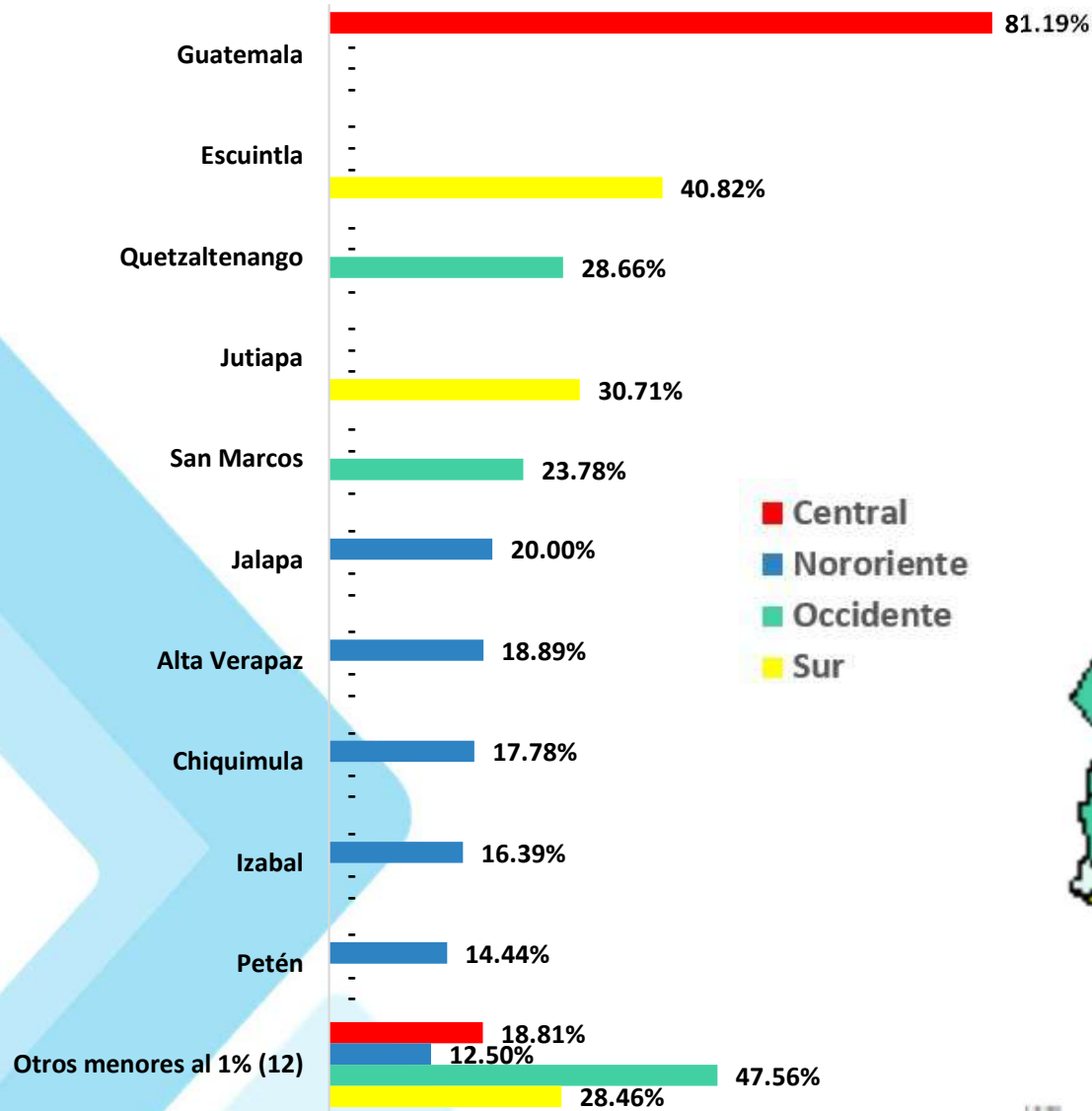




# Perfil del entrevistado

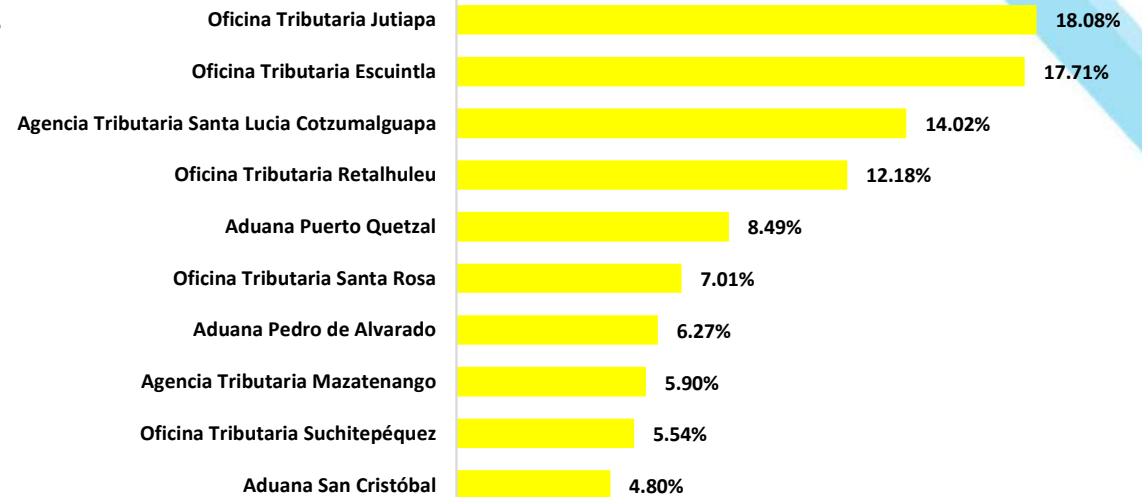
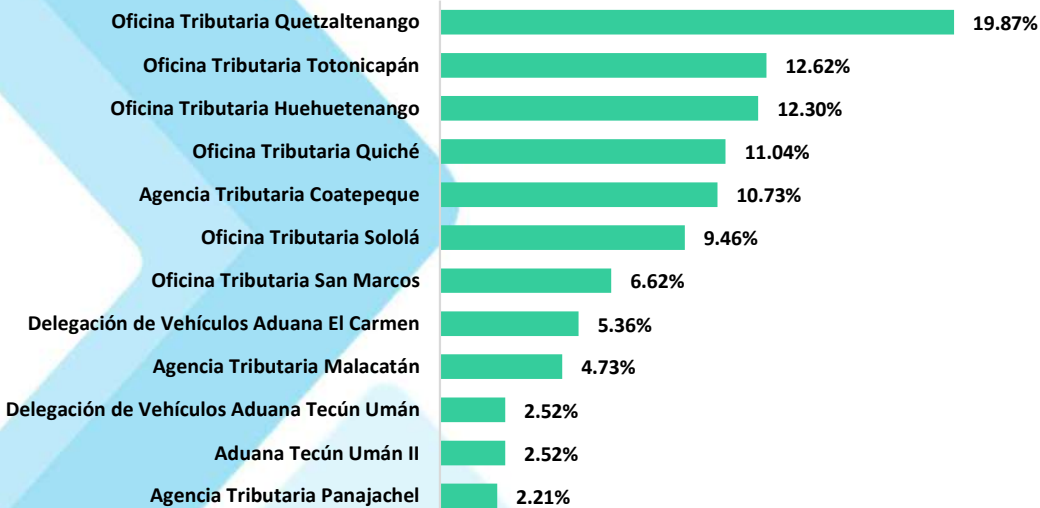
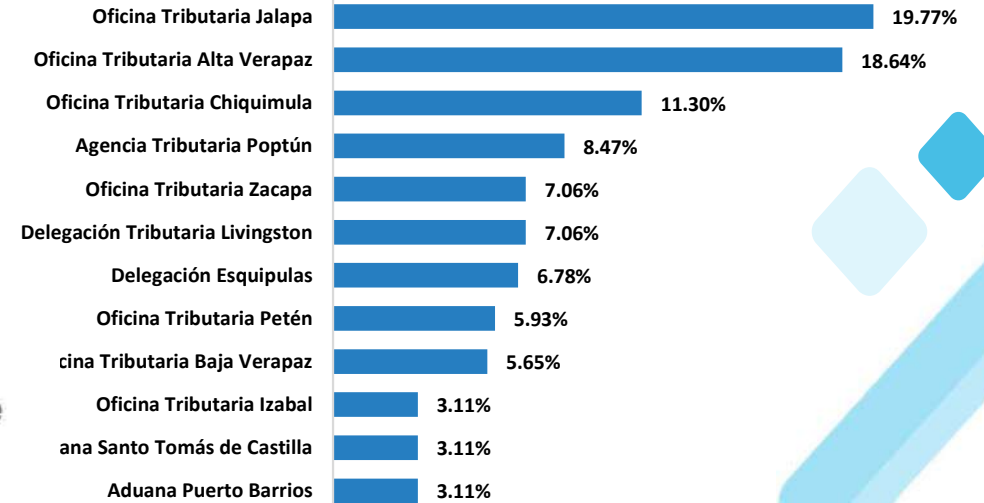
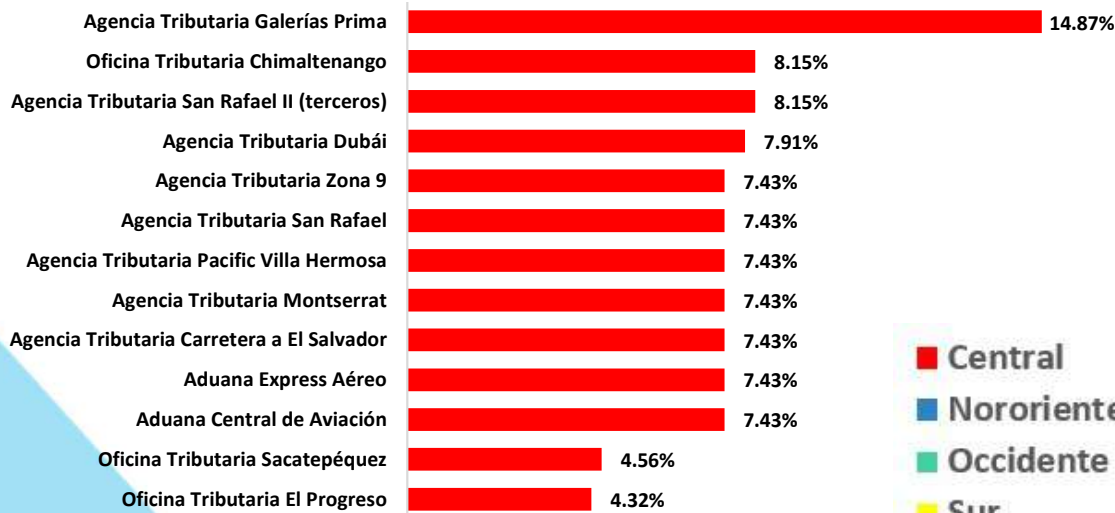
Departamento

Municipios



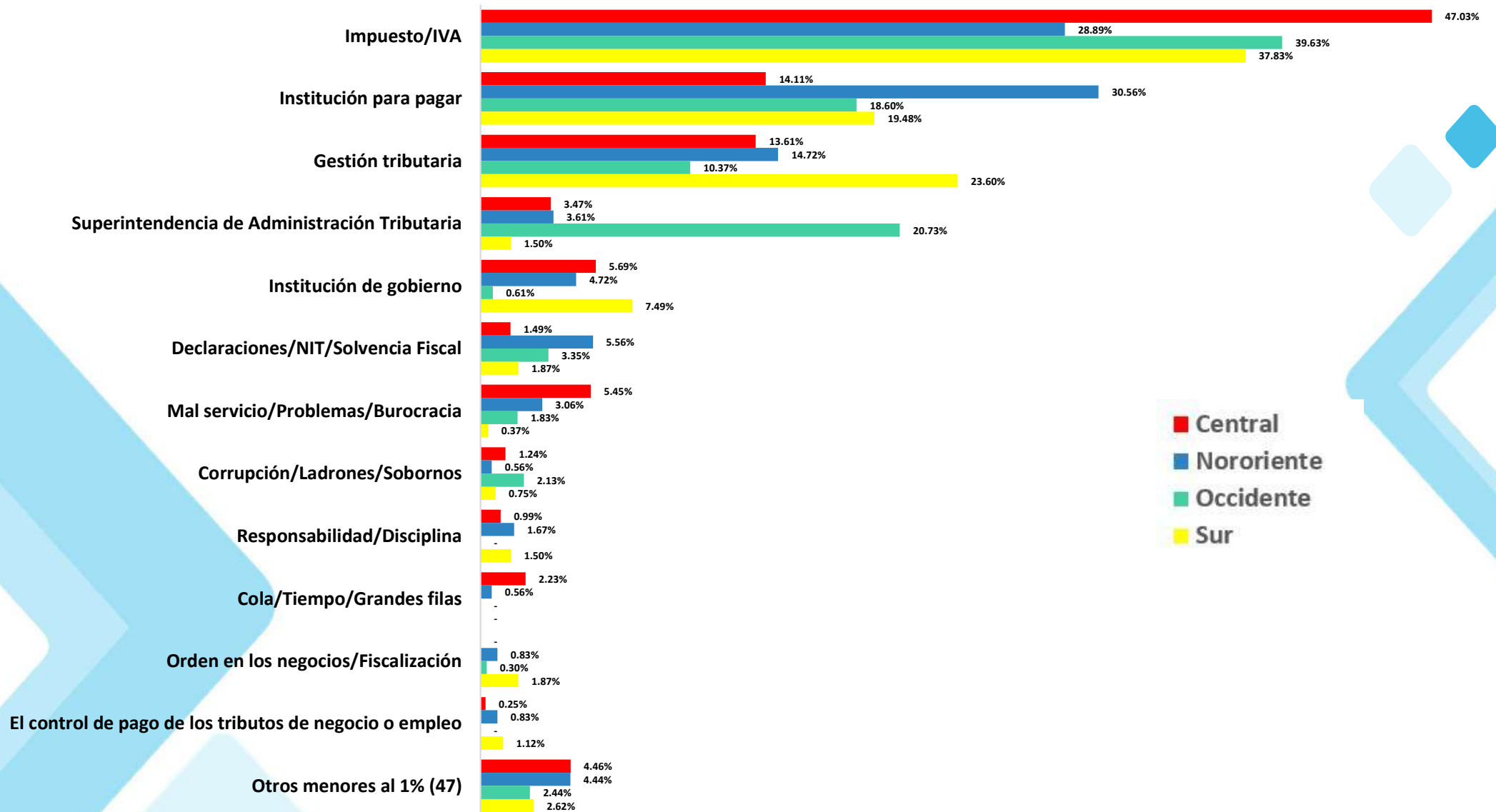
# Perfil del entrevistado

## Nombre del punto de servicio investigado



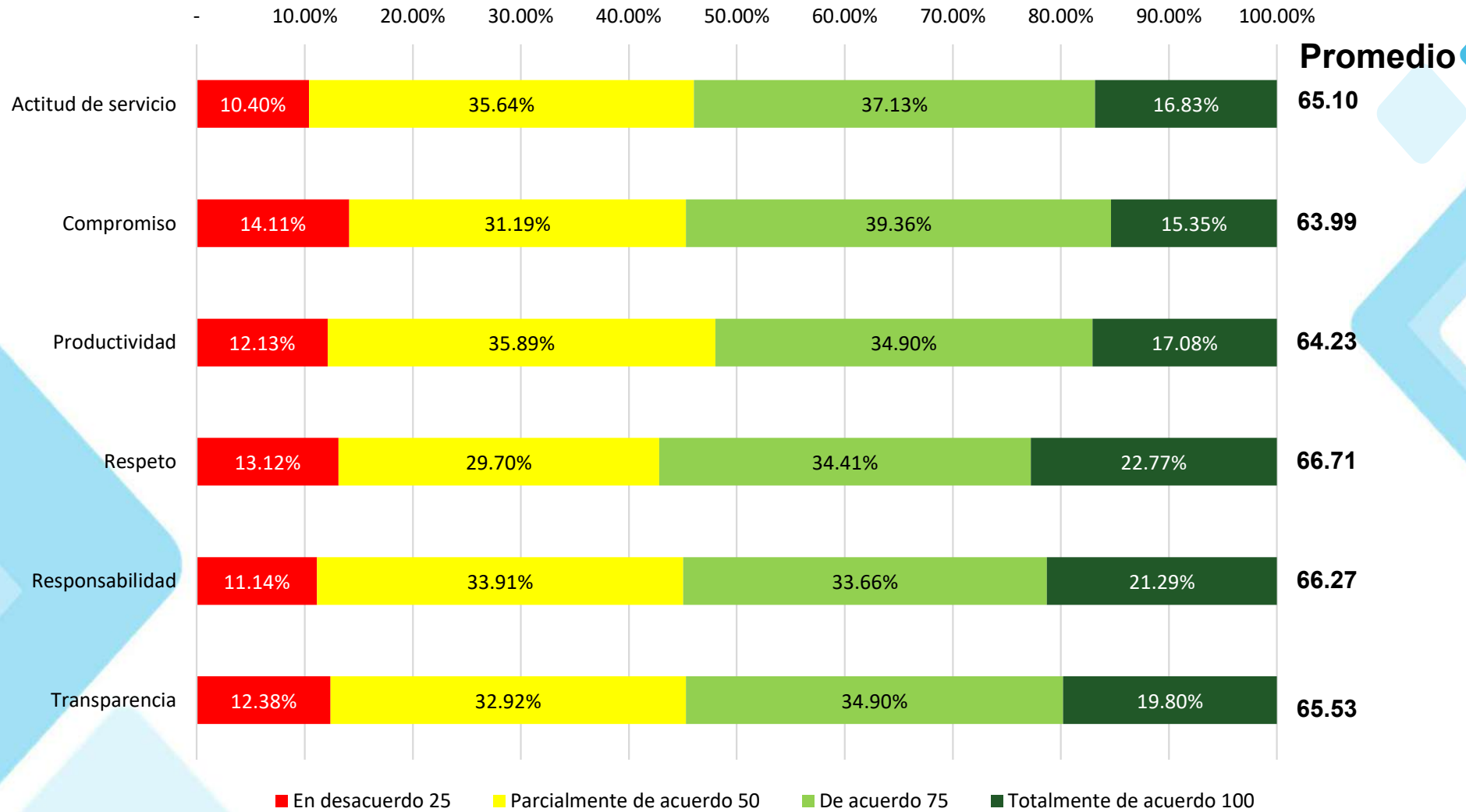
# Percepción e Imagen Institucional

## ¿Qué es lo que piensa cuando escucha el nombre SAT?



# Percepción e Imagen Institucional

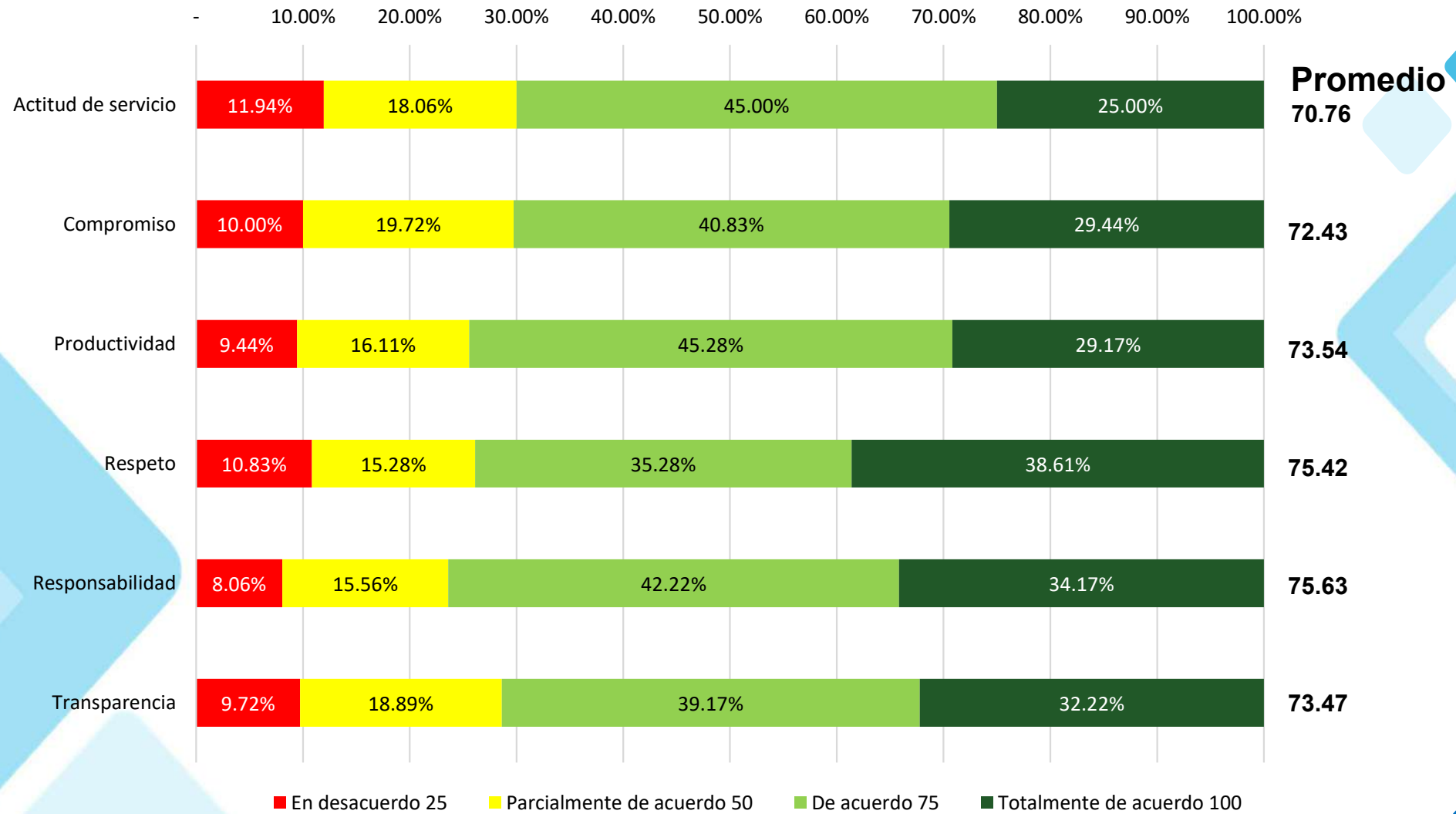
¿Cómo calificaría usted los Valores Institucionales de la SAT?  
Central



■ En desacuerdo 25   ■ Parcialmente de acuerdo 50   ■ De acuerdo 75   ■ Totalmente de acuerdo 100

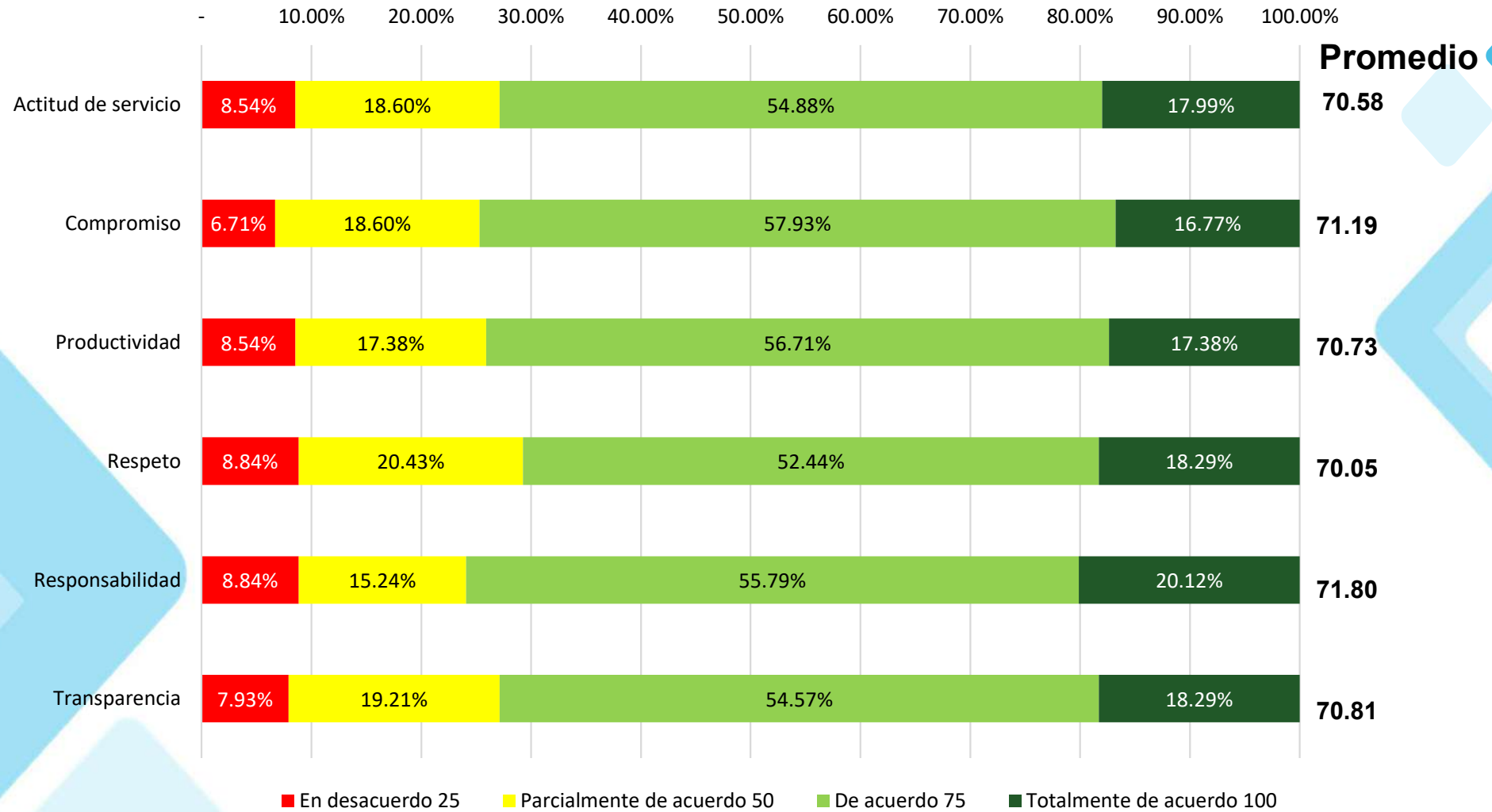
# Percepción e Imagen Institucional

¿Cómo calificaría usted los Valores Institucionales de la SAT?  
Nororiente



# Percepción e Imagen Institucional

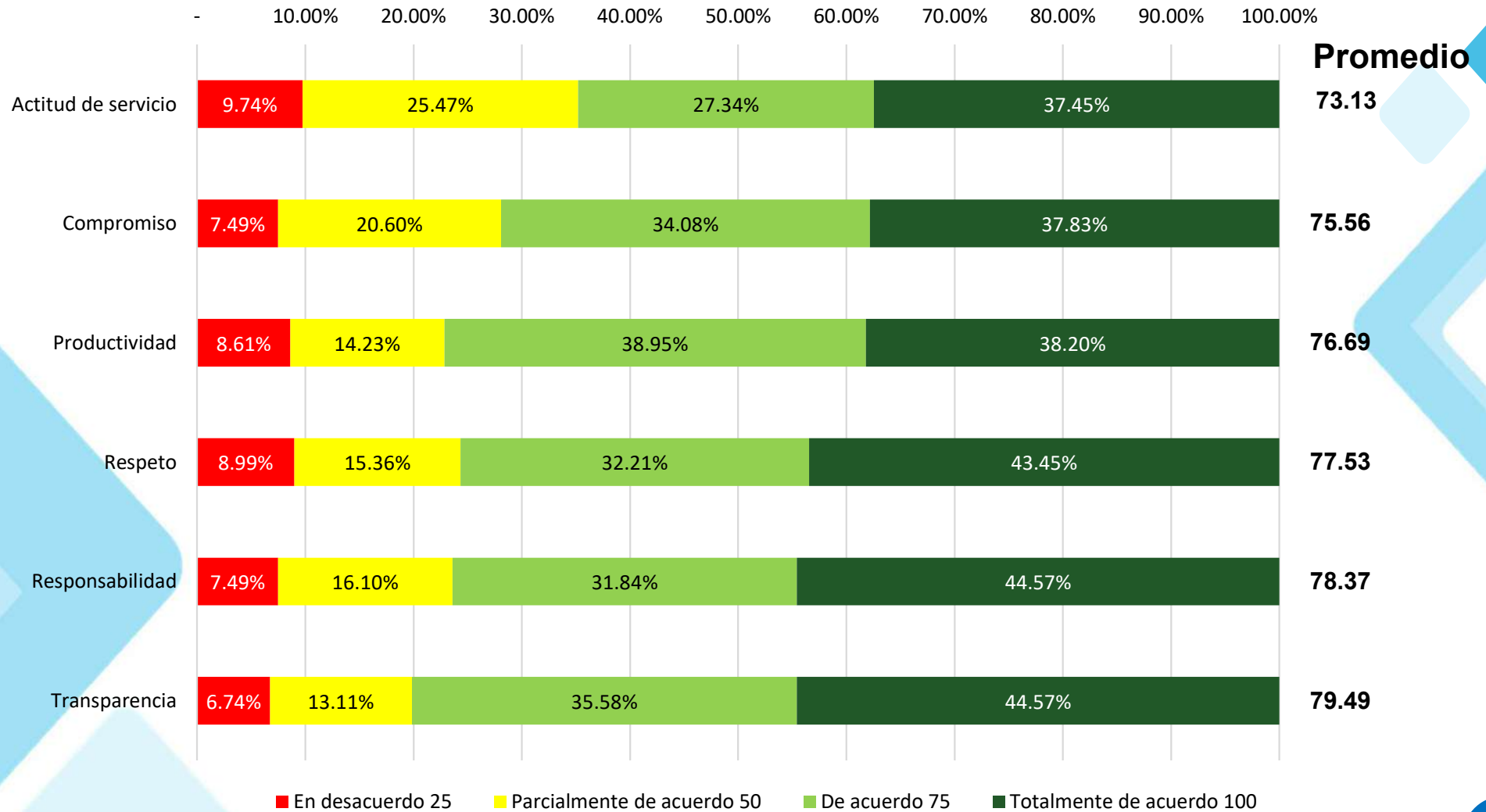
## ¿Cómo calificaría usted los Valores Institucionales de la SAT? Occidente



■ En desacuerdo 25   ■ Parcialmente de acuerdo 50   ■ De acuerdo 75   ■ Totalmente de acuerdo 100

# Percepción e Imagen Institucional

## ¿Cómo calificaría usted los Valores Institucionales de la SAT? Sur

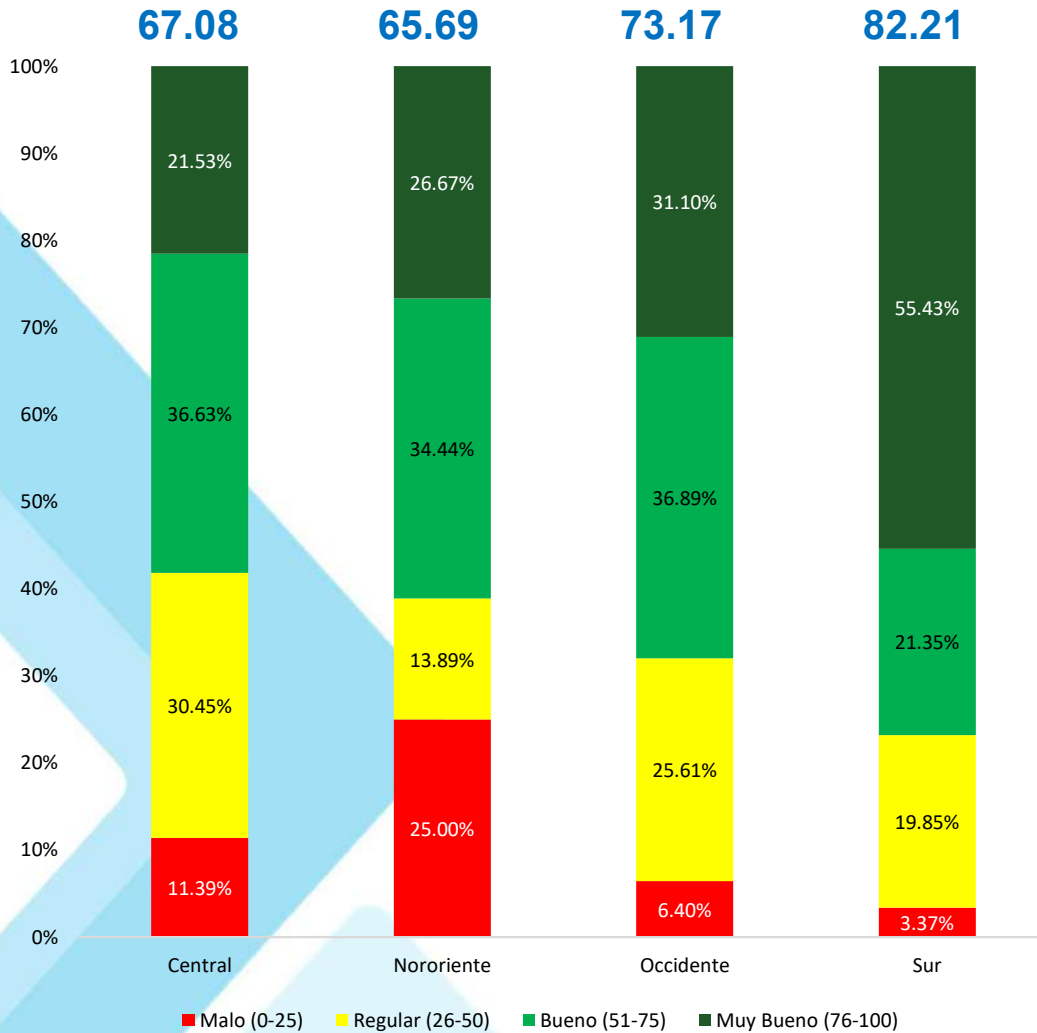


■ En desacuerdo 25   ■ Parcialmente de acuerdo 50   ■ De acuerdo 75   ■ Totalmente de acuerdo 100

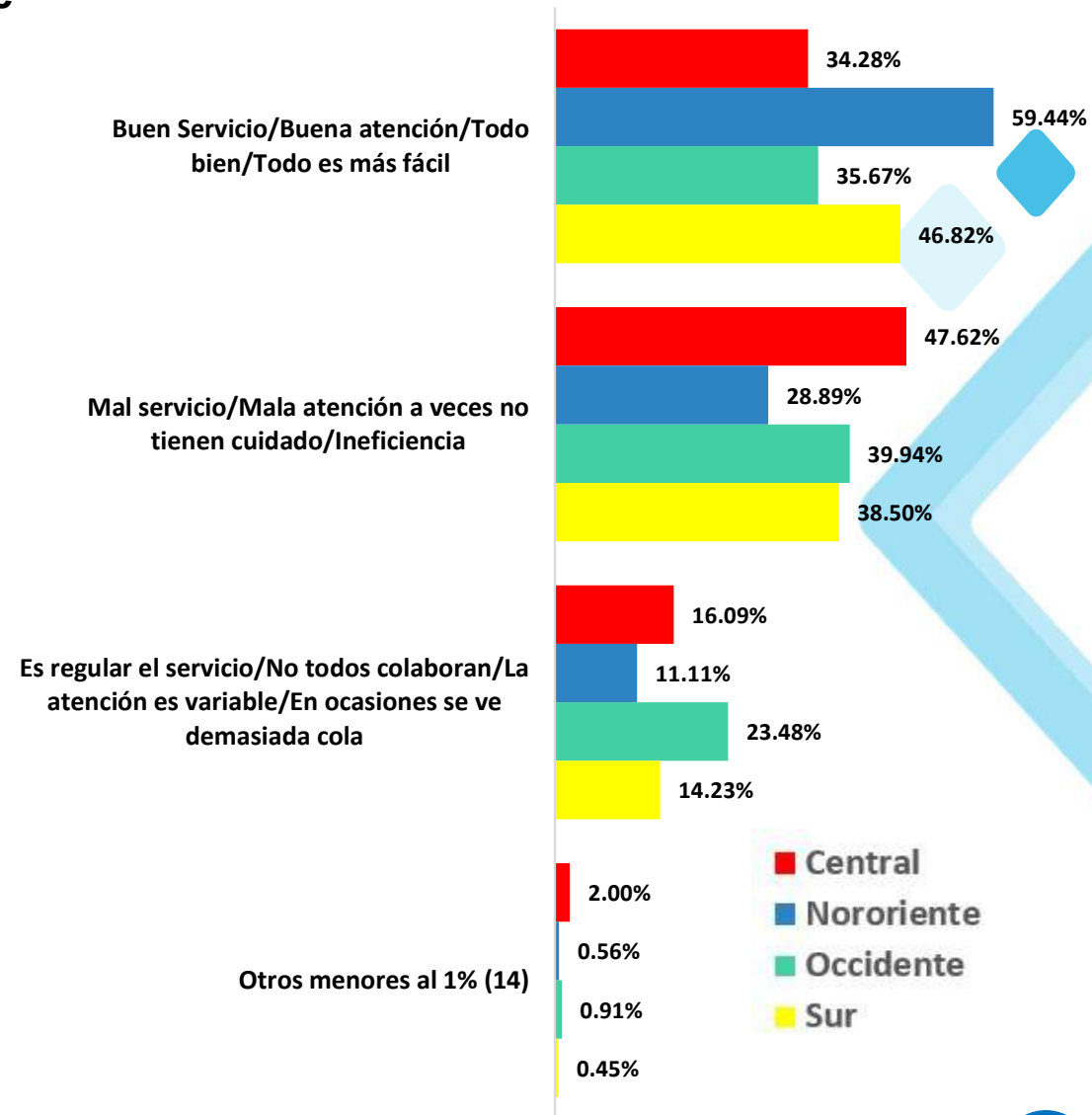


# Percepción e Imagen Institucional

A nivel general, ¿cómo calificaría el servicio que SAT presta a los contribuyentes y usuarios?



¿Por qué motivo le da esa calificación?

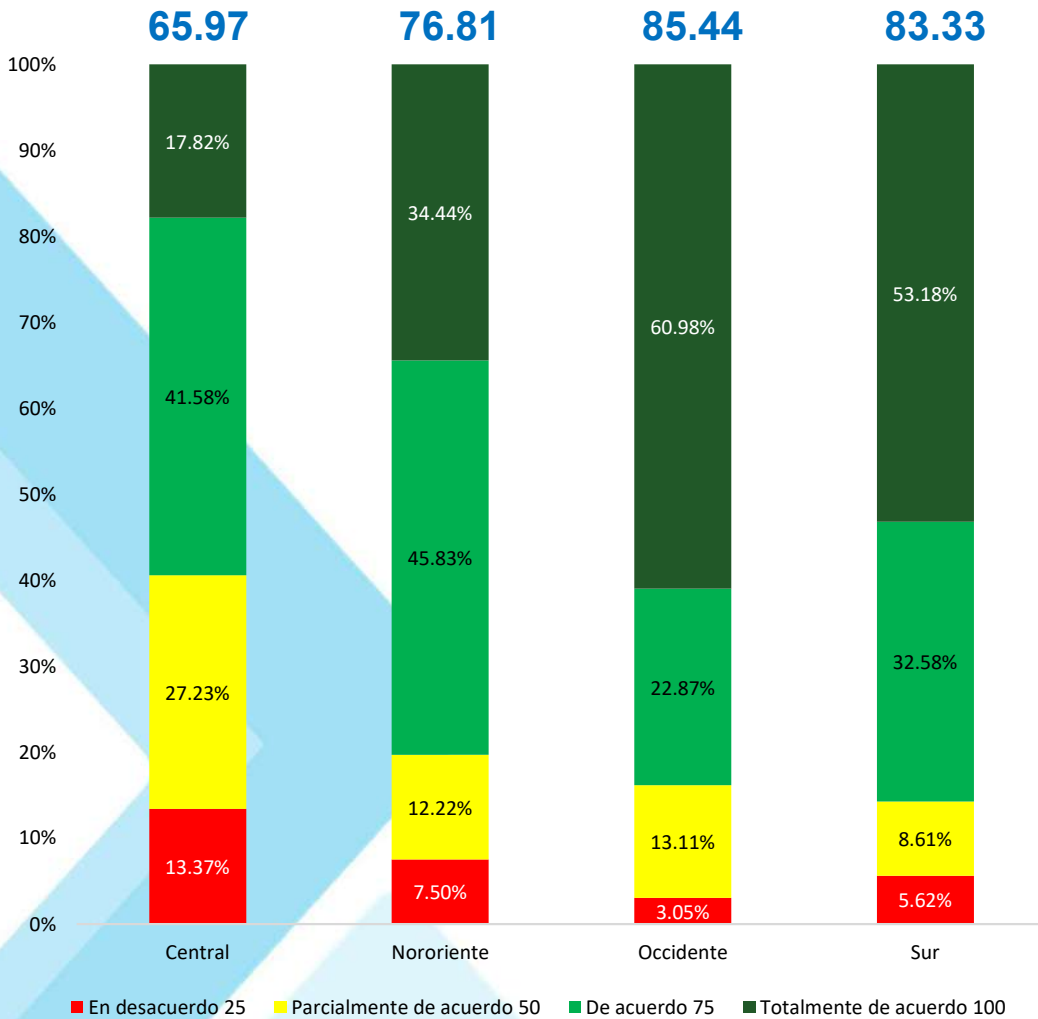




# Percepción e Imagen Institucional

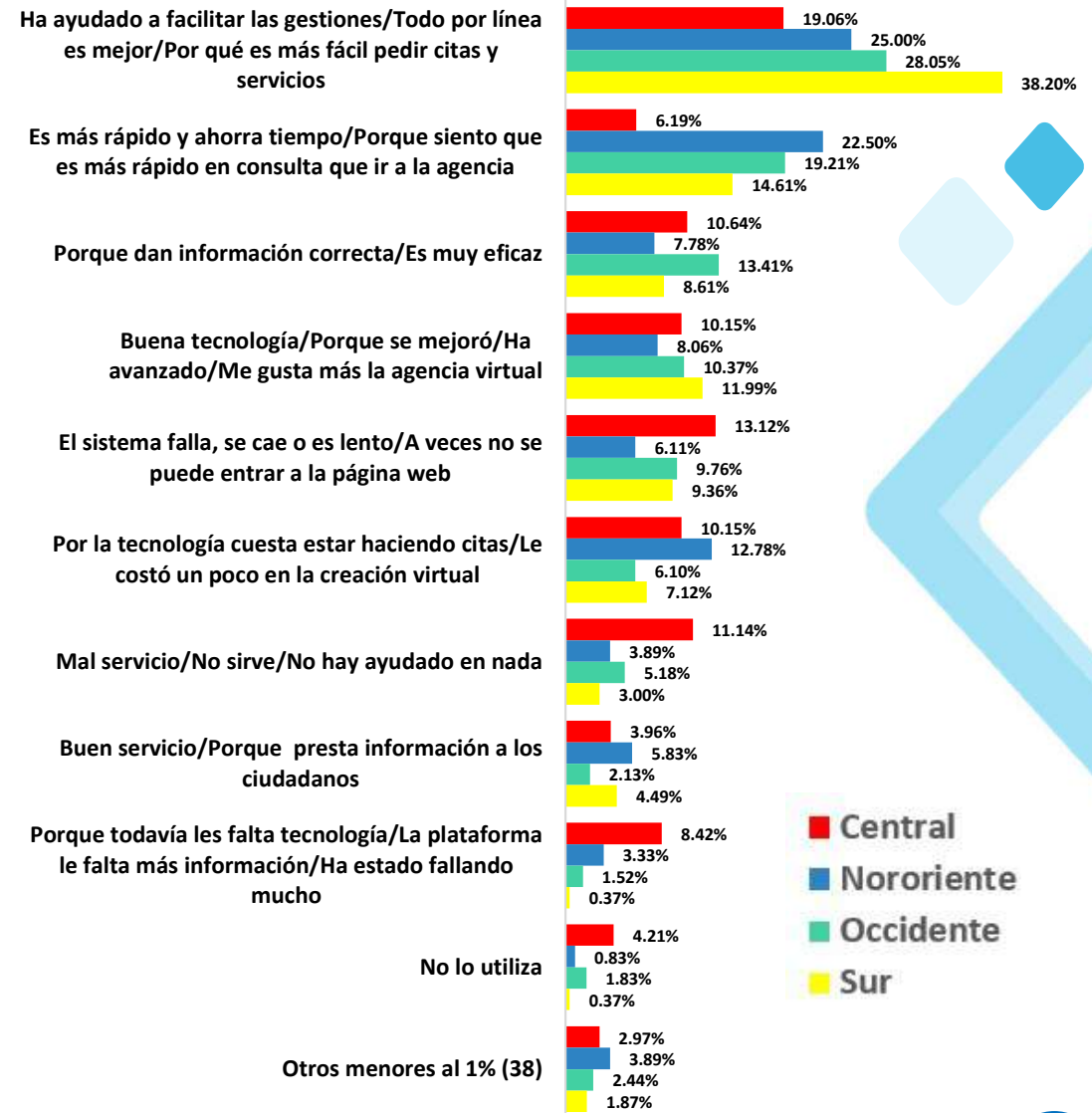
## ¿Por qué motivo le da esa calificación?

¿Qué calificación le daría a la afirmación: La tecnología de información y comunicación me facilitó el uso de los servicios de la SAT?



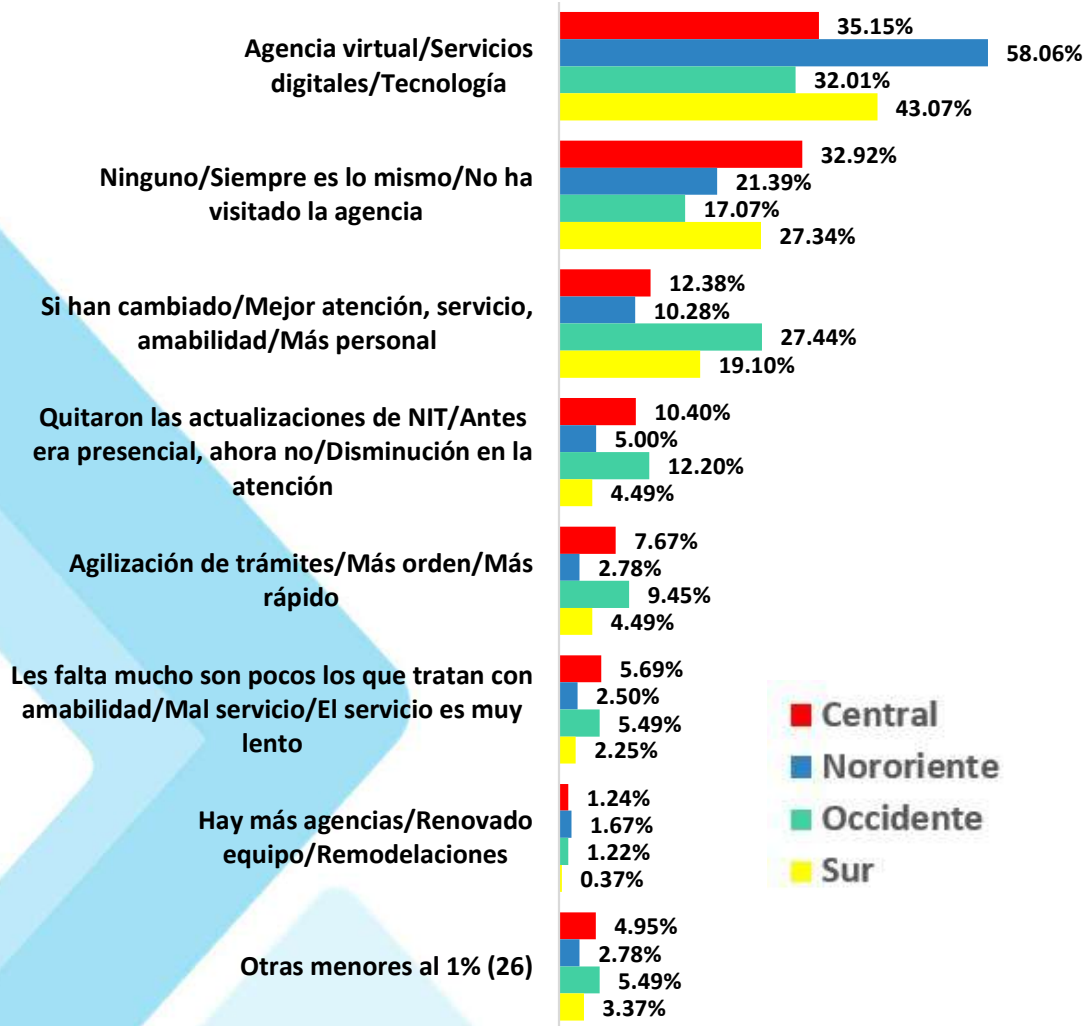
Base: 1,359 Entrevistados

CONSULTORÍA DE DESARROLLO DE ENCUESTAS DE OPINIÓN PÚBLICA E IMAGEN INSTITUCIONAL

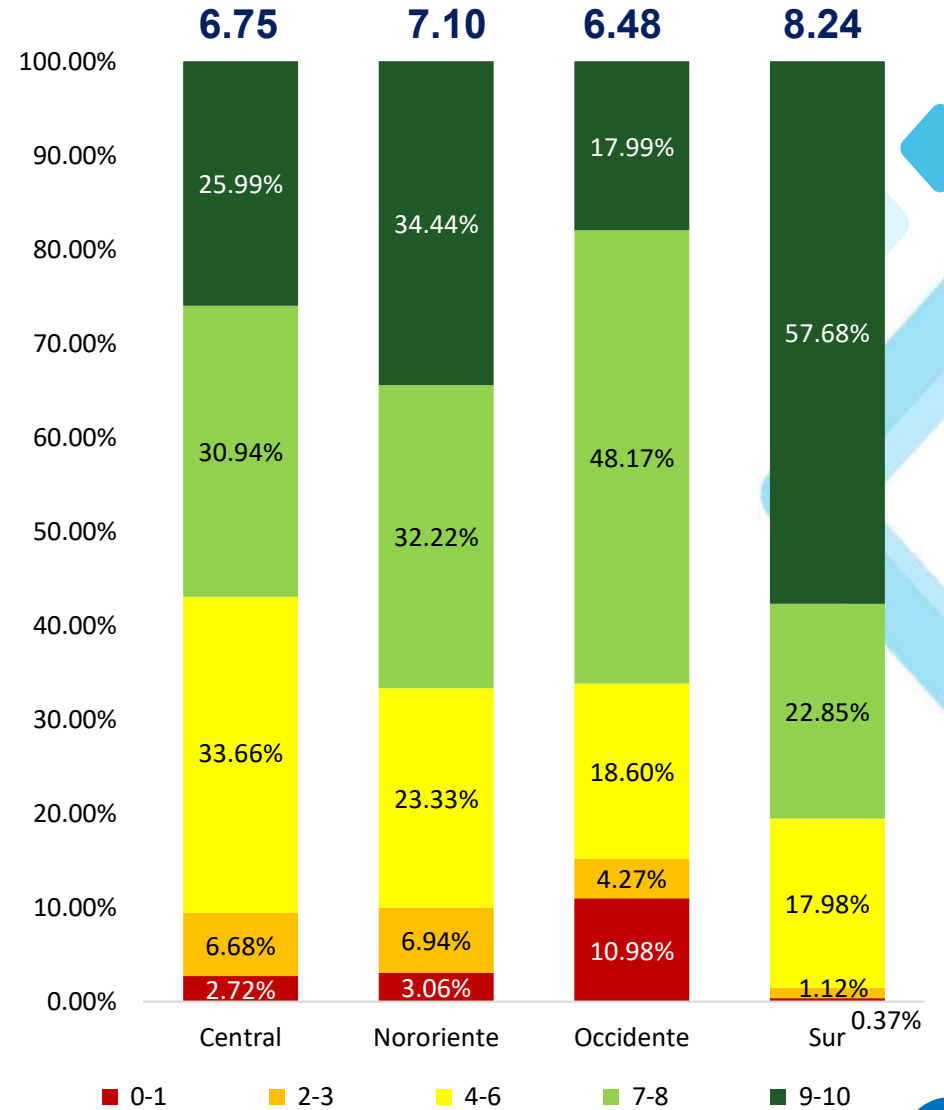


# Percepción e Imagen Institucional

En los últimos dos años ¿Qué cambios ha percibido en los **SERVICIOS** que la SAT brinda a los contribuyentes y usuarios?

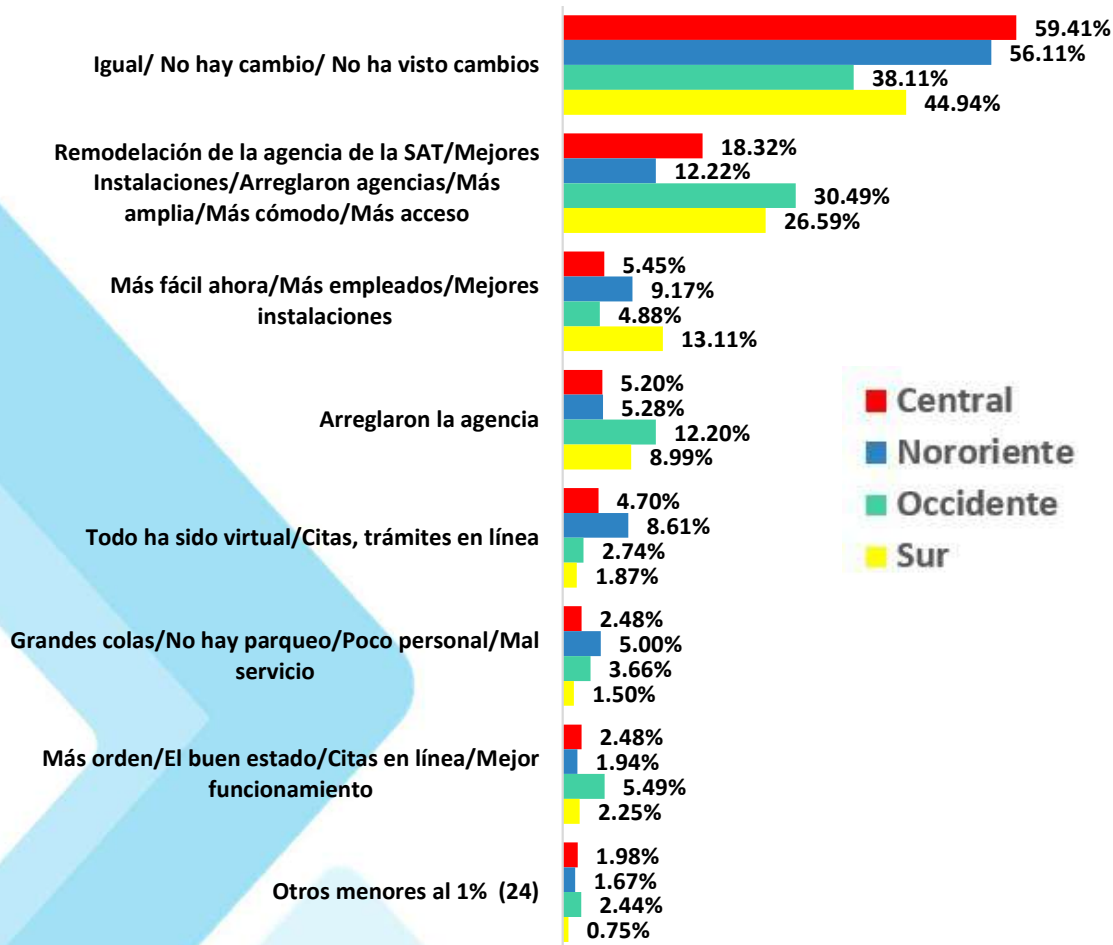


¿Qué calificación les daría a esos cambios?

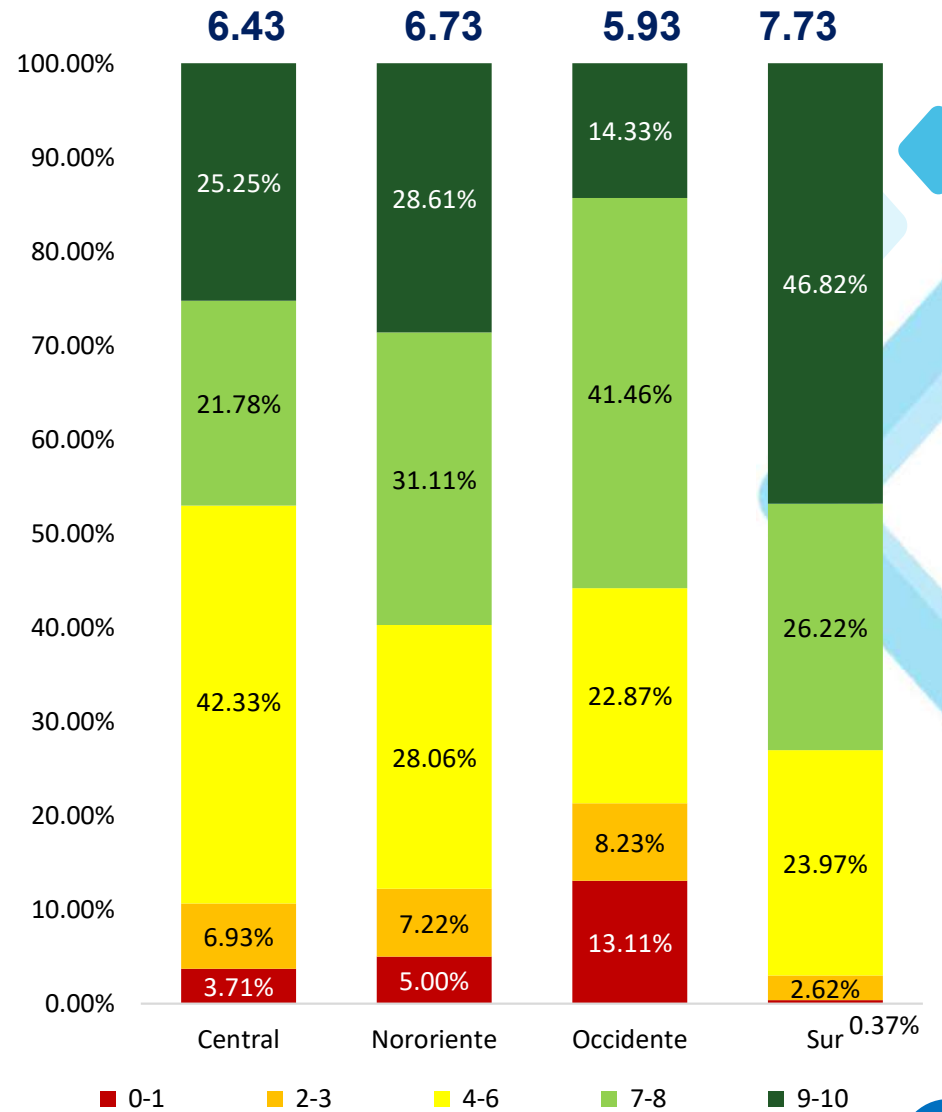


# Percepción e Imagen Institucional

En los últimos dos años ¿Qué cambios ha percibido en LAS INSTALACIONES que la SAT brinda a los contribuyentes y usuarios?



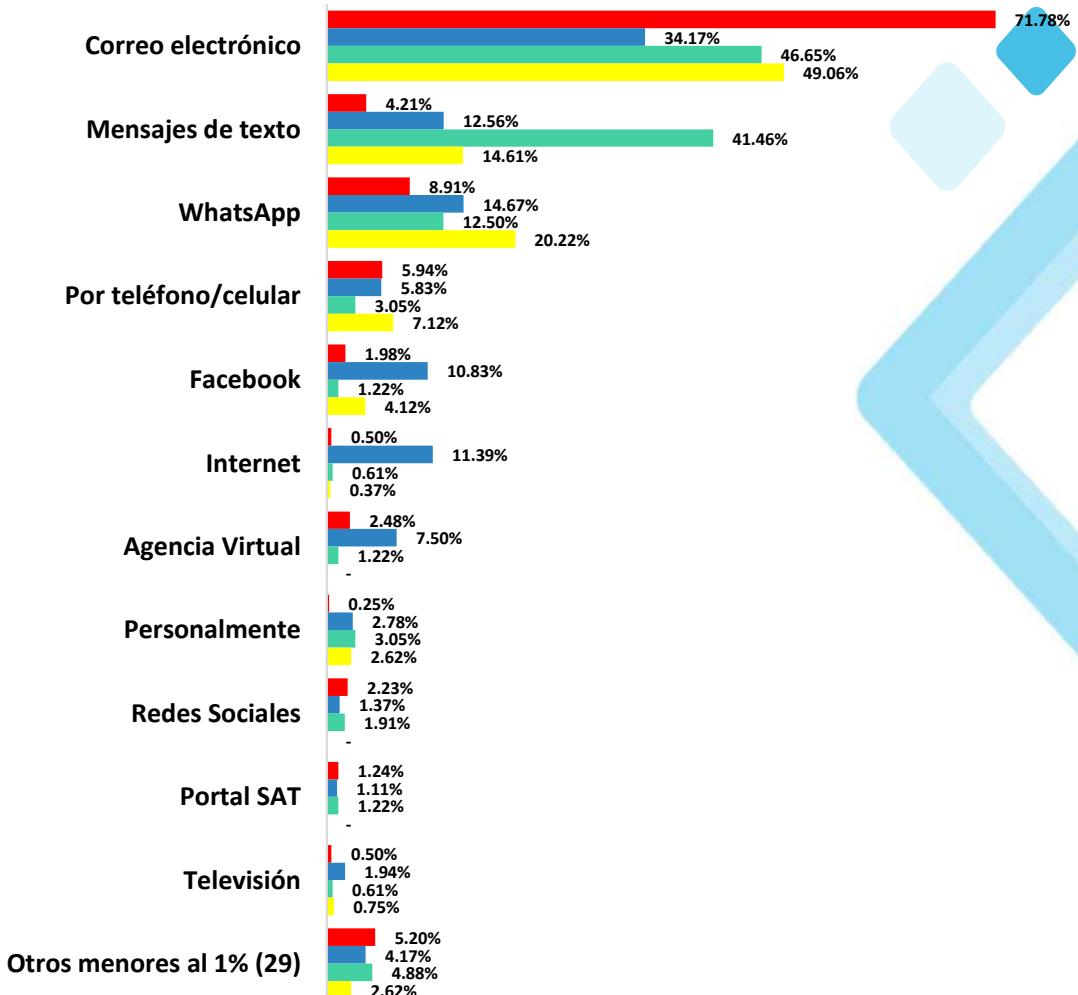
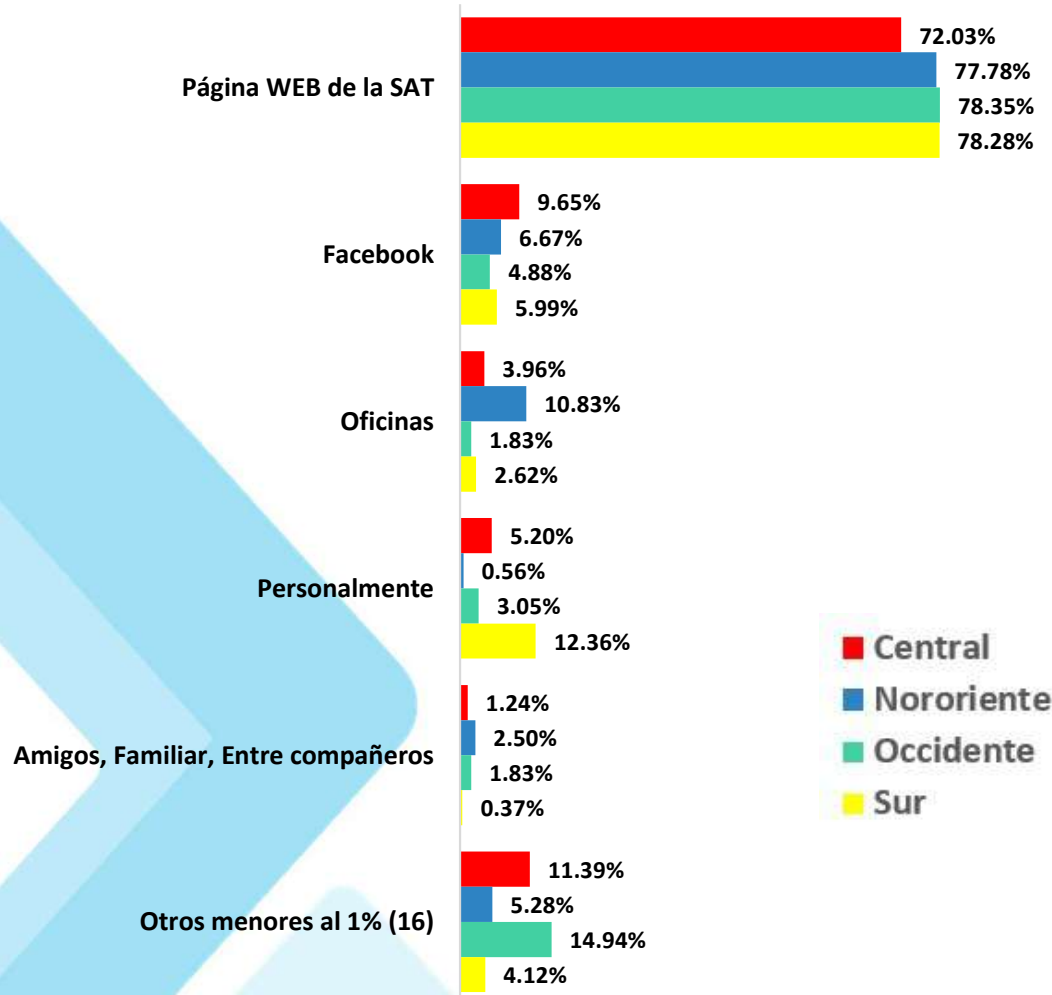
¿Qué calificación les daría a esos cambios?



# Medios de comunicación

Cuando necesita información de cómo hacer un trámite en la SAT, ¿En dónde consulta?

¿Por qué medio le gustaría recibir información sobre el pago de impuestos?

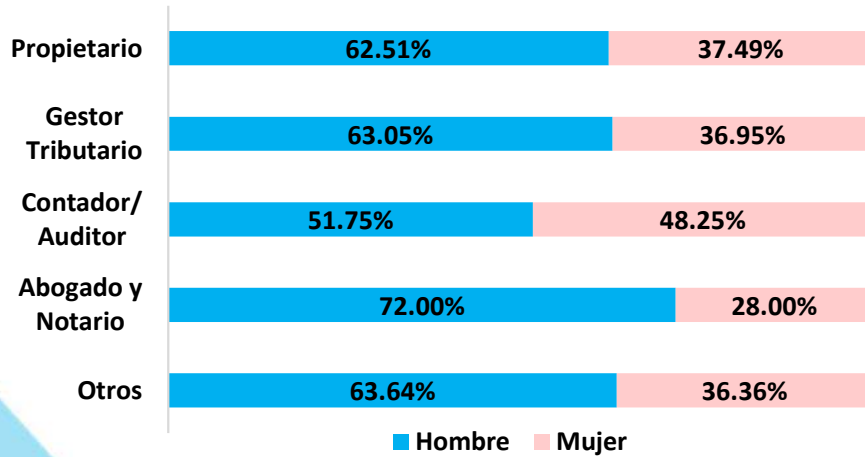


# Calidad con la que actúa

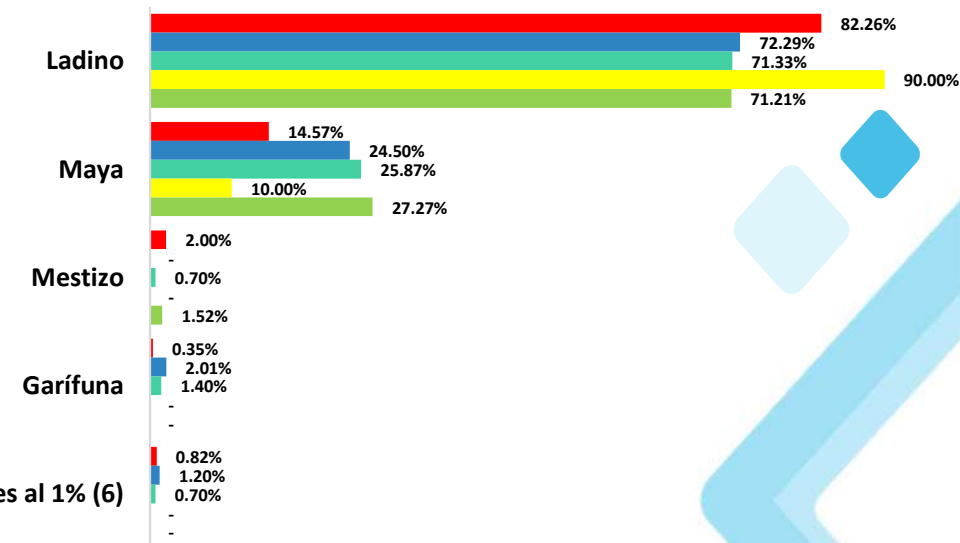
<b>Propietario</b>	<b>851</b>
<b>Gestor Tributario</b>	<b>249</b>
<b>Contador/ Auditor</b>	<b>143</b>
<b>Abogado y Notario</b>	<b>50</b>
<b>Otros</b>	<b>66</b>

# Perfil del entrevistado

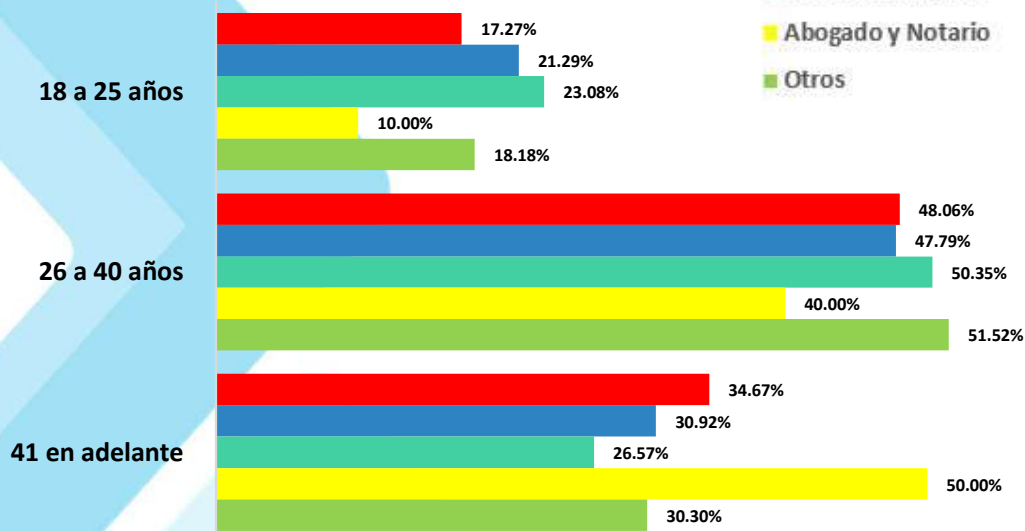
## Género



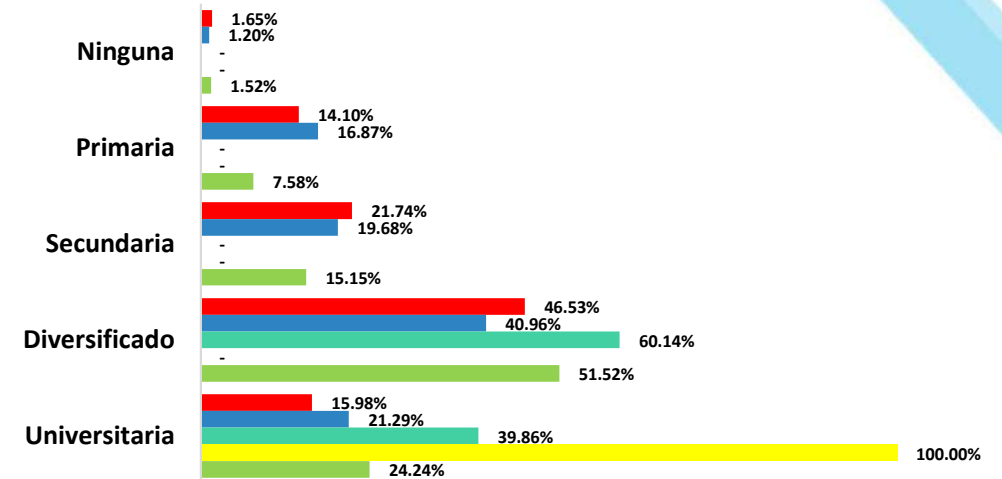
## ¿Cuál es la etnia con la que se identifica?



## Edad agrupada

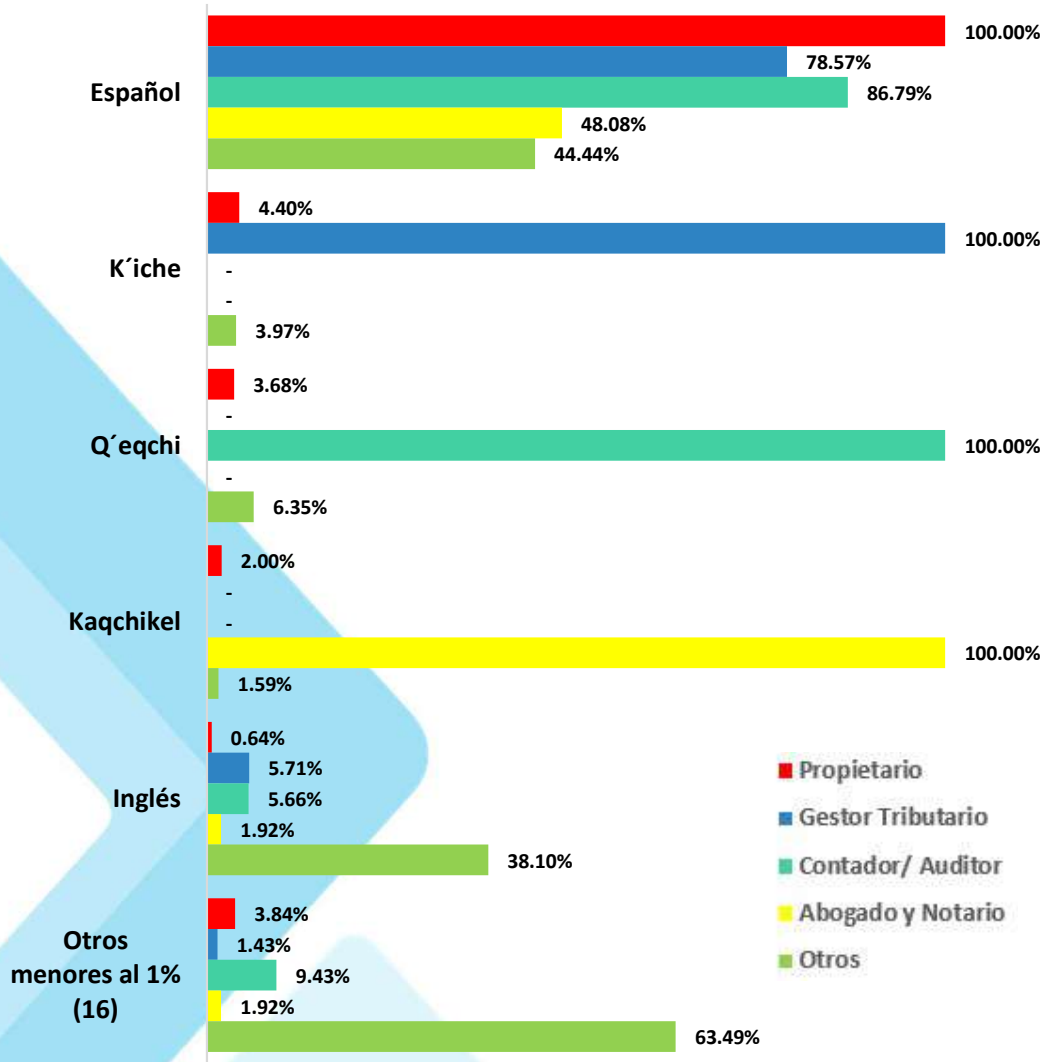


## Escolaridad

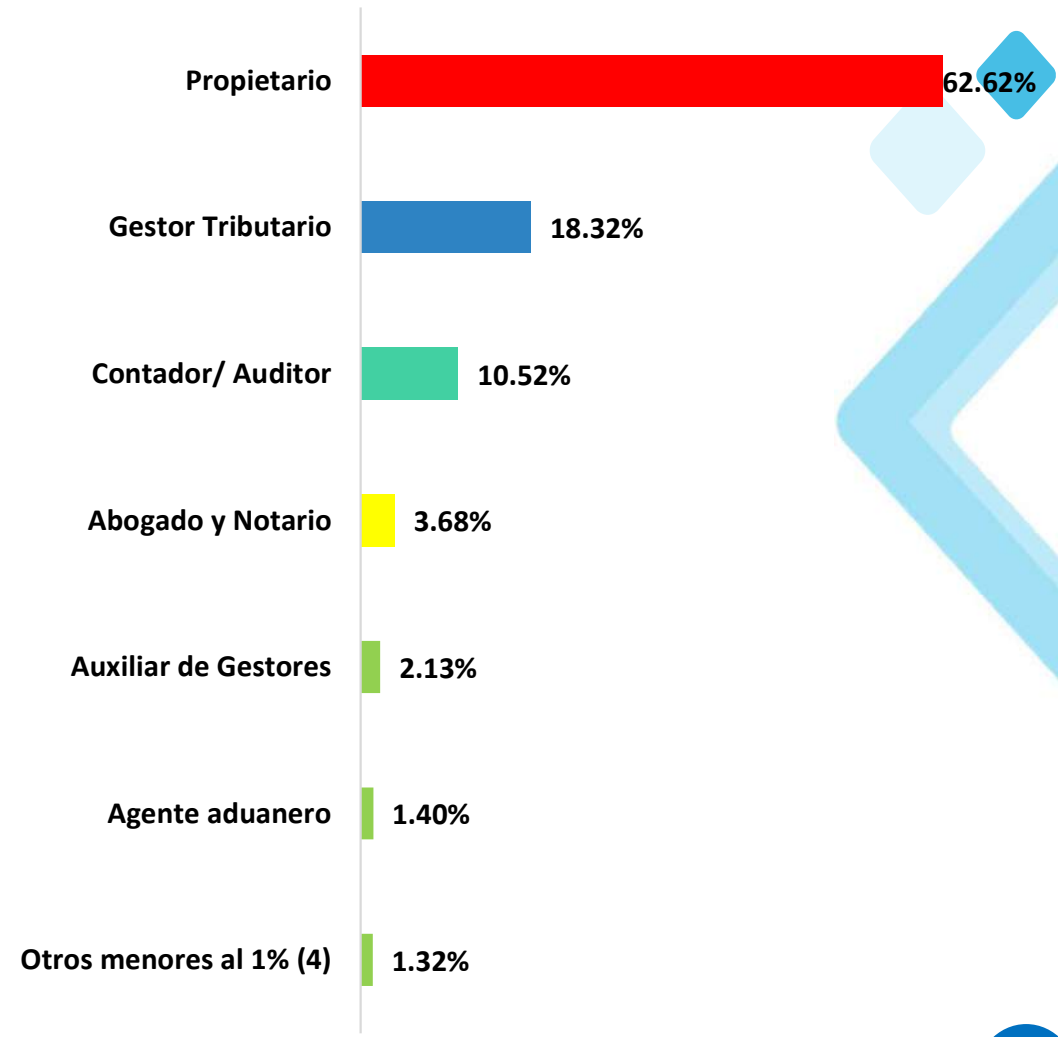


# Perfil del entrevistado

## Idioma (s) que habla



## Calidad de personería con la que actuó para realizar su trámite o gestión tributaria

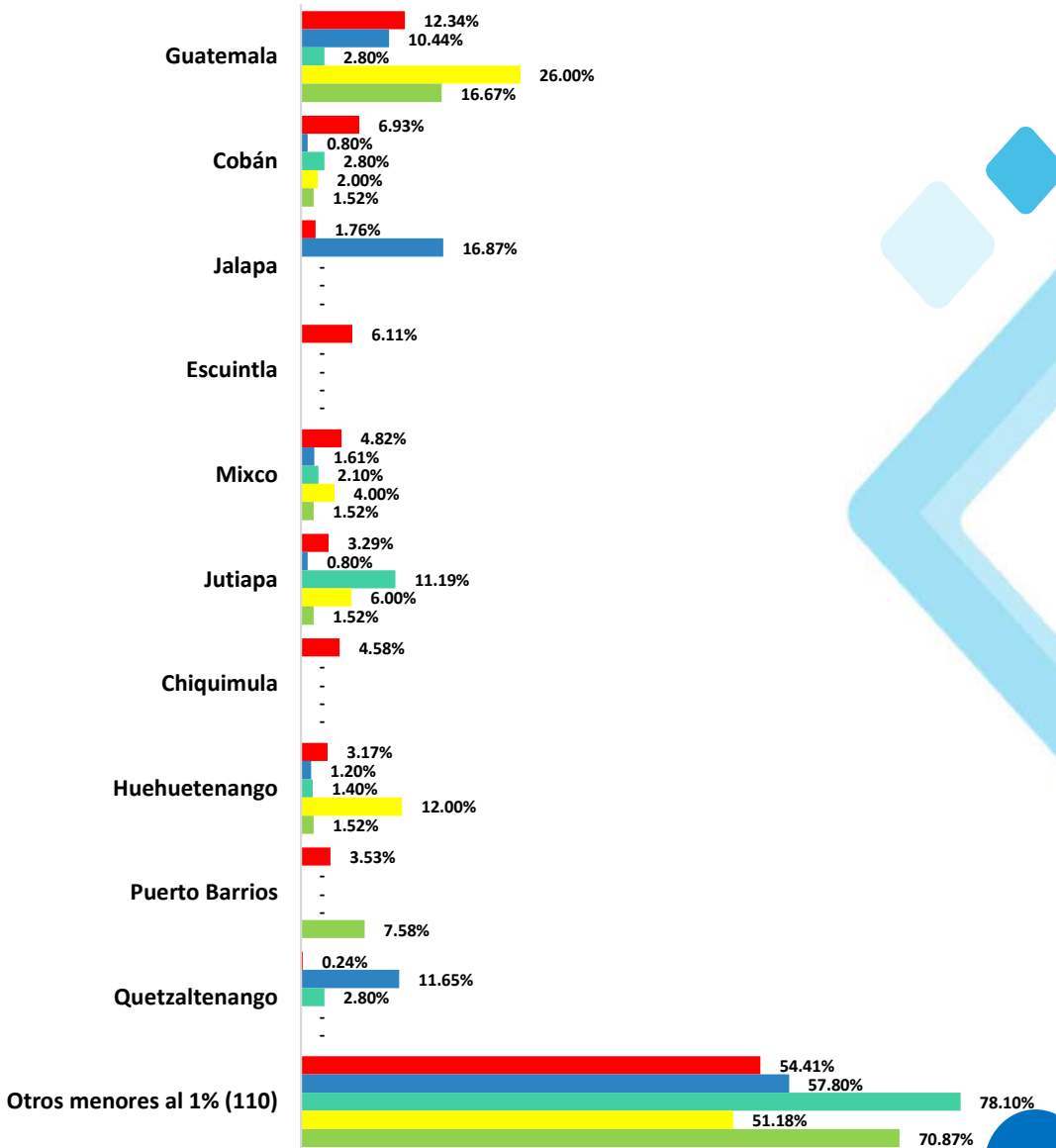
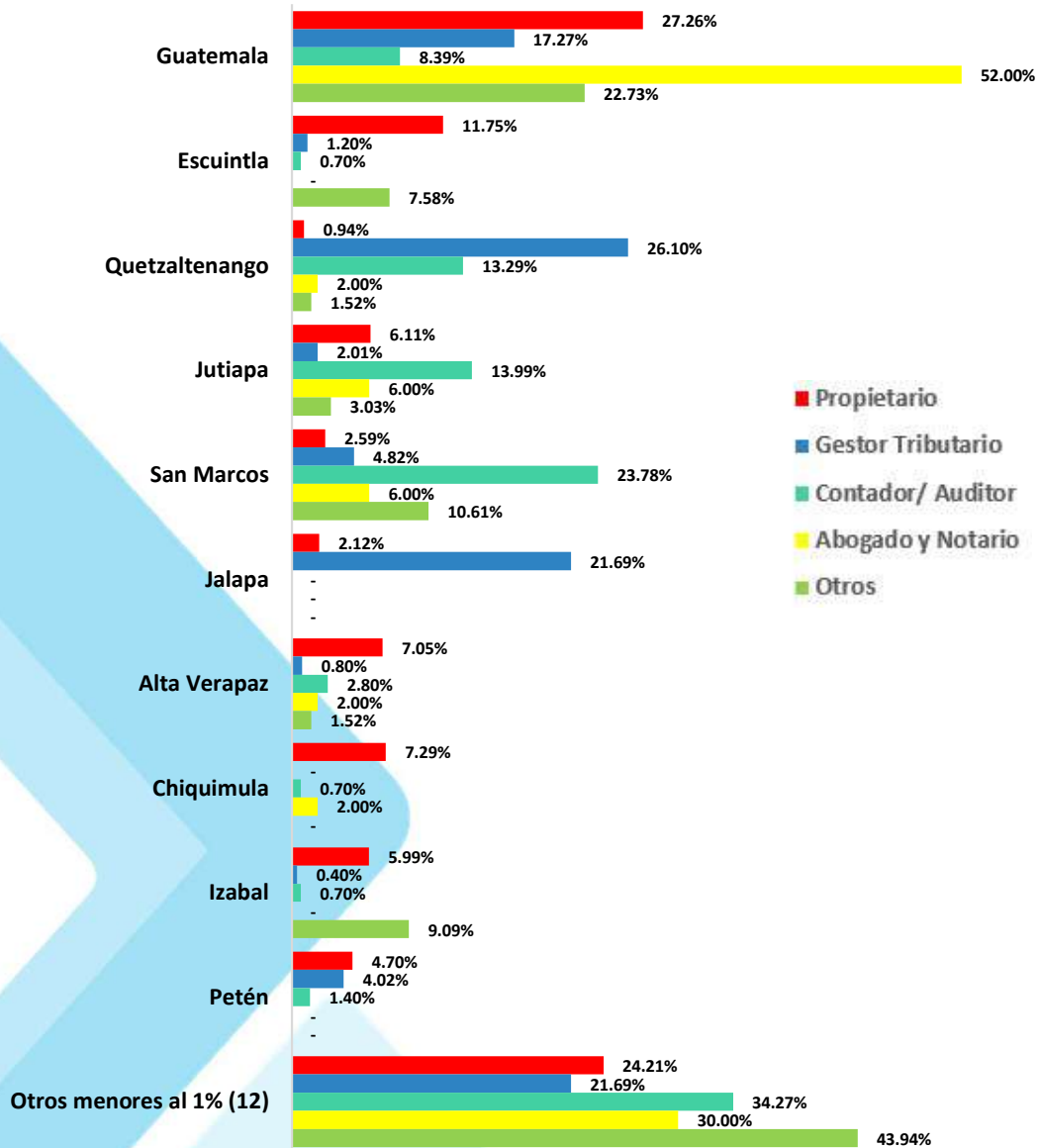




# Perfil del entrevistado

## Departamento

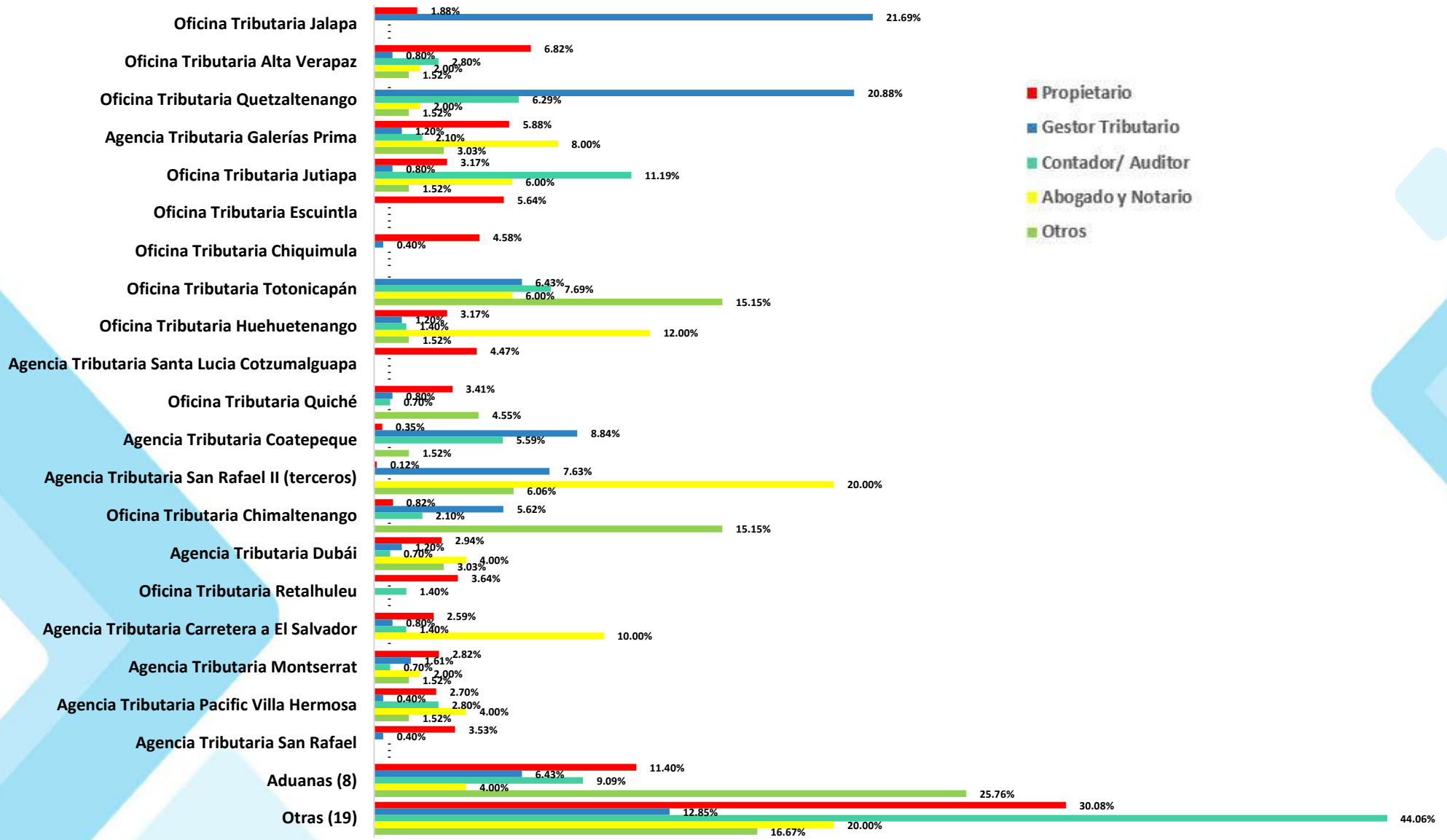
## Municipio





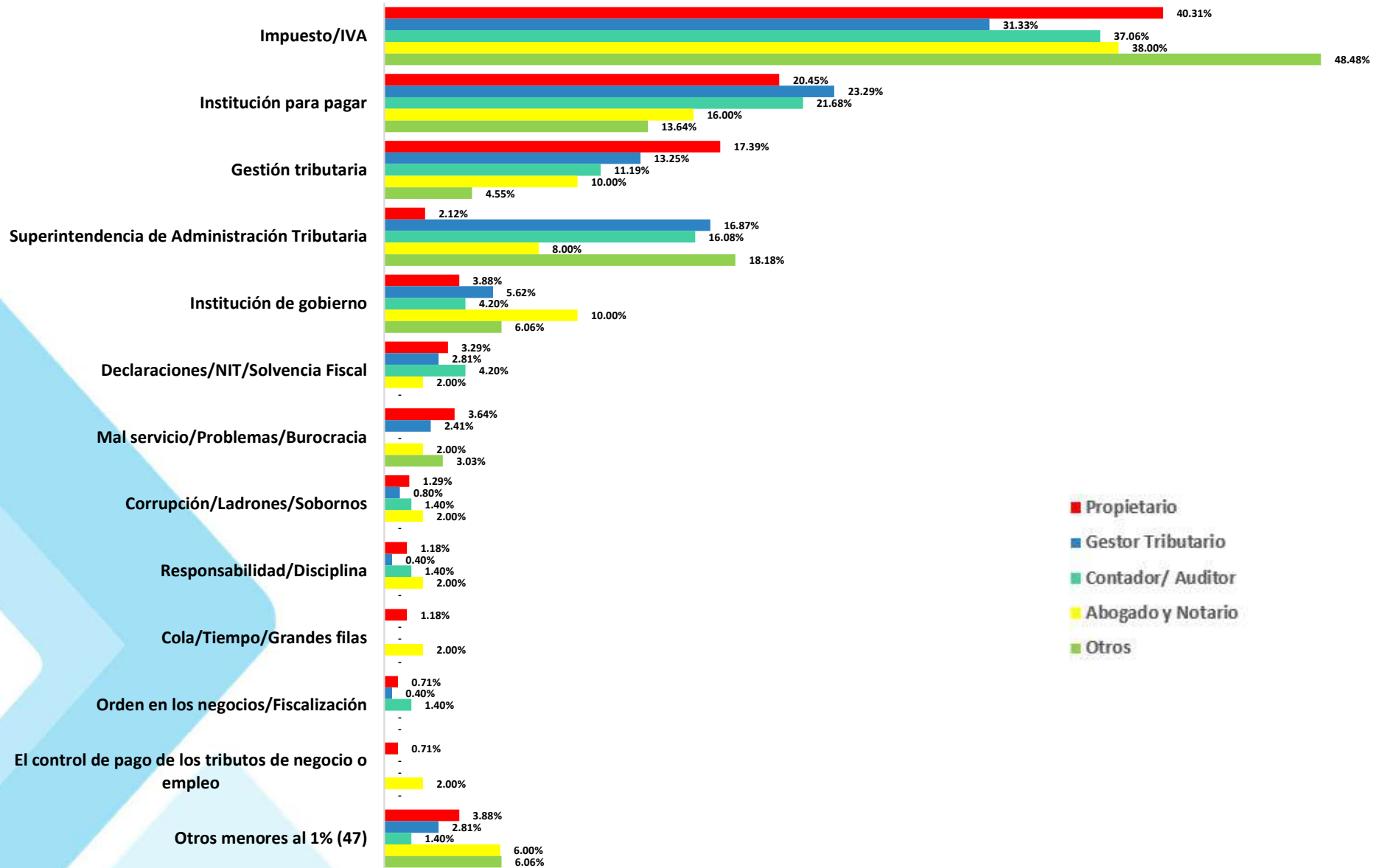
# Perfil del entrevistado

## Nombre del punto de servicio investigado



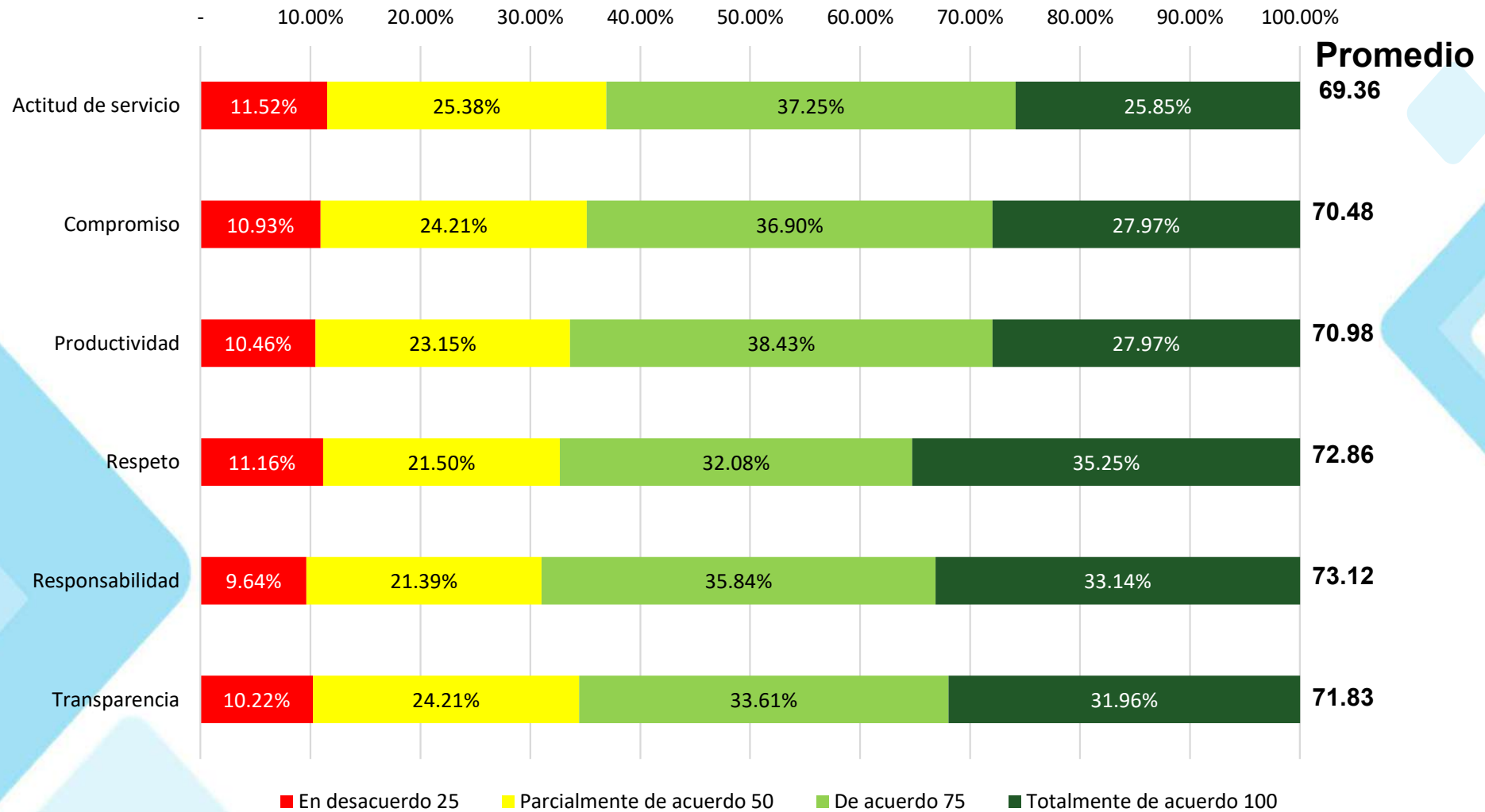
# Percepción e Imagen Institucional

## ¿Qué es lo que piensa cuando escucha el nombre SAT?



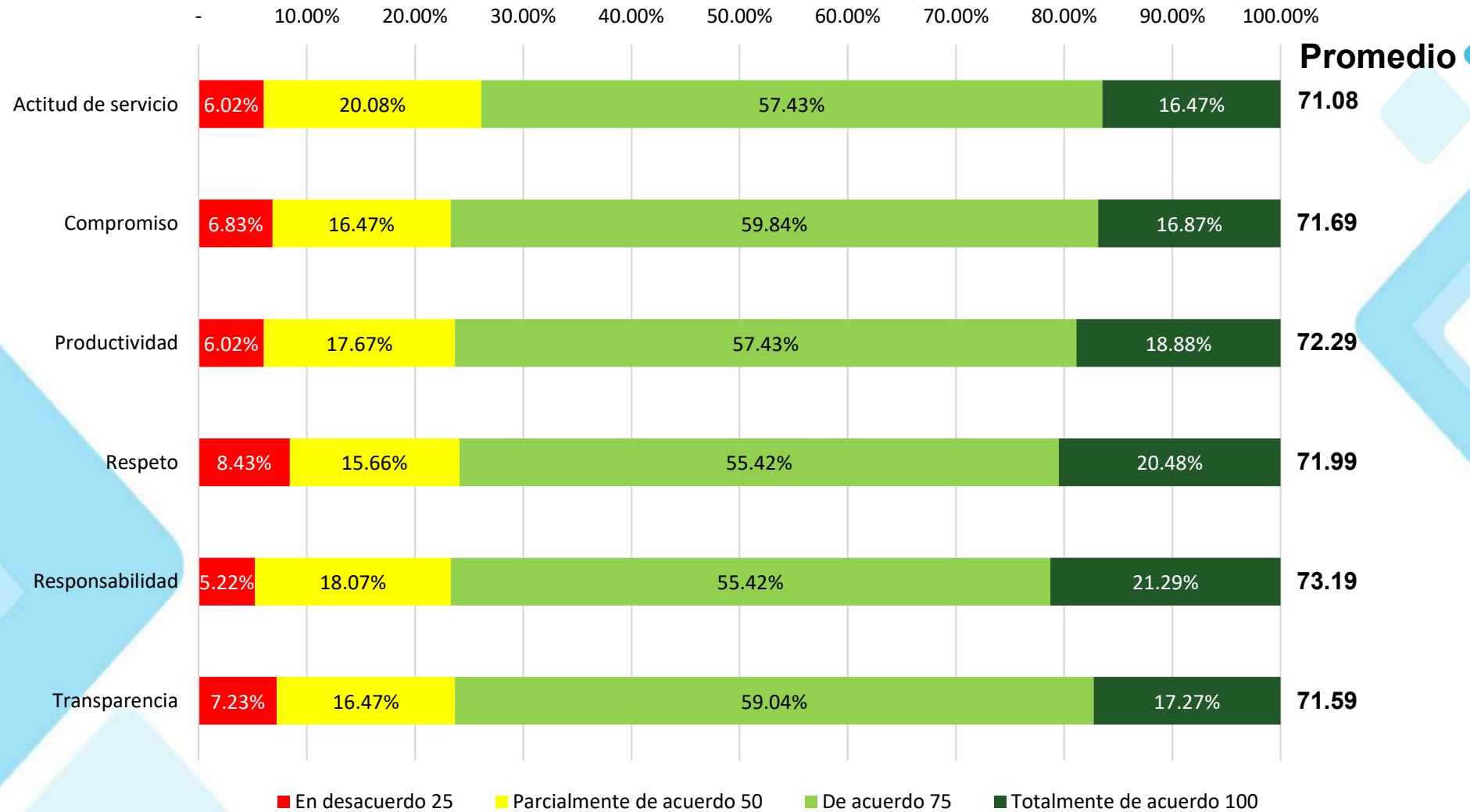
# Percepción e Imagen Institucional

¿Cómo calificaría usted los Valores Institucionales de la SAT?  
Propietario



# Percepción e Imagen Institucional

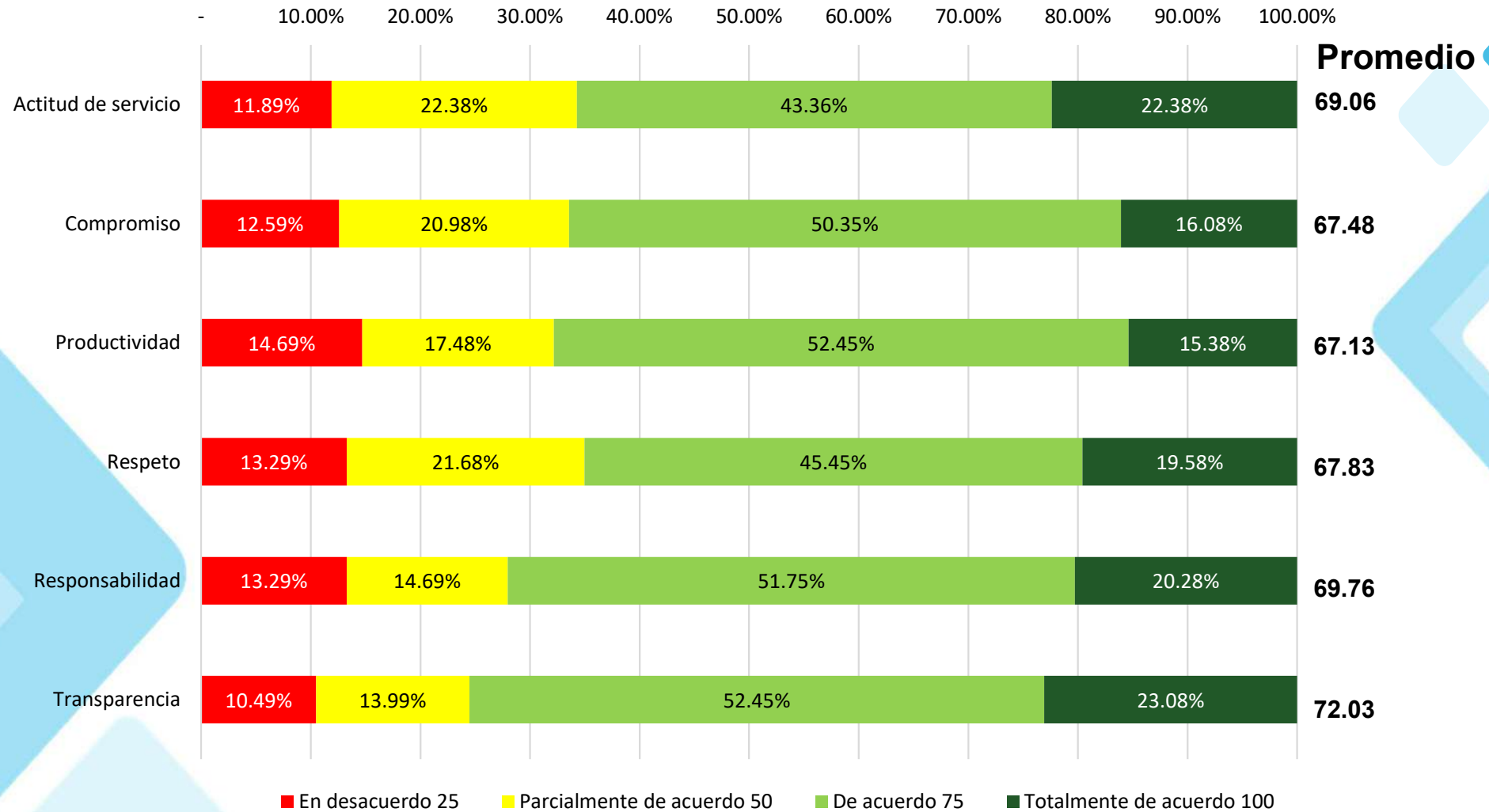
¿Cómo calificaría usted los Valores Institucionales de la SAT?  
Gestor Tributario



■ En desacuerdo 25   ■ Parcialmente de acuerdo 50   ■ De acuerdo 75   ■ Totalmente de acuerdo 100

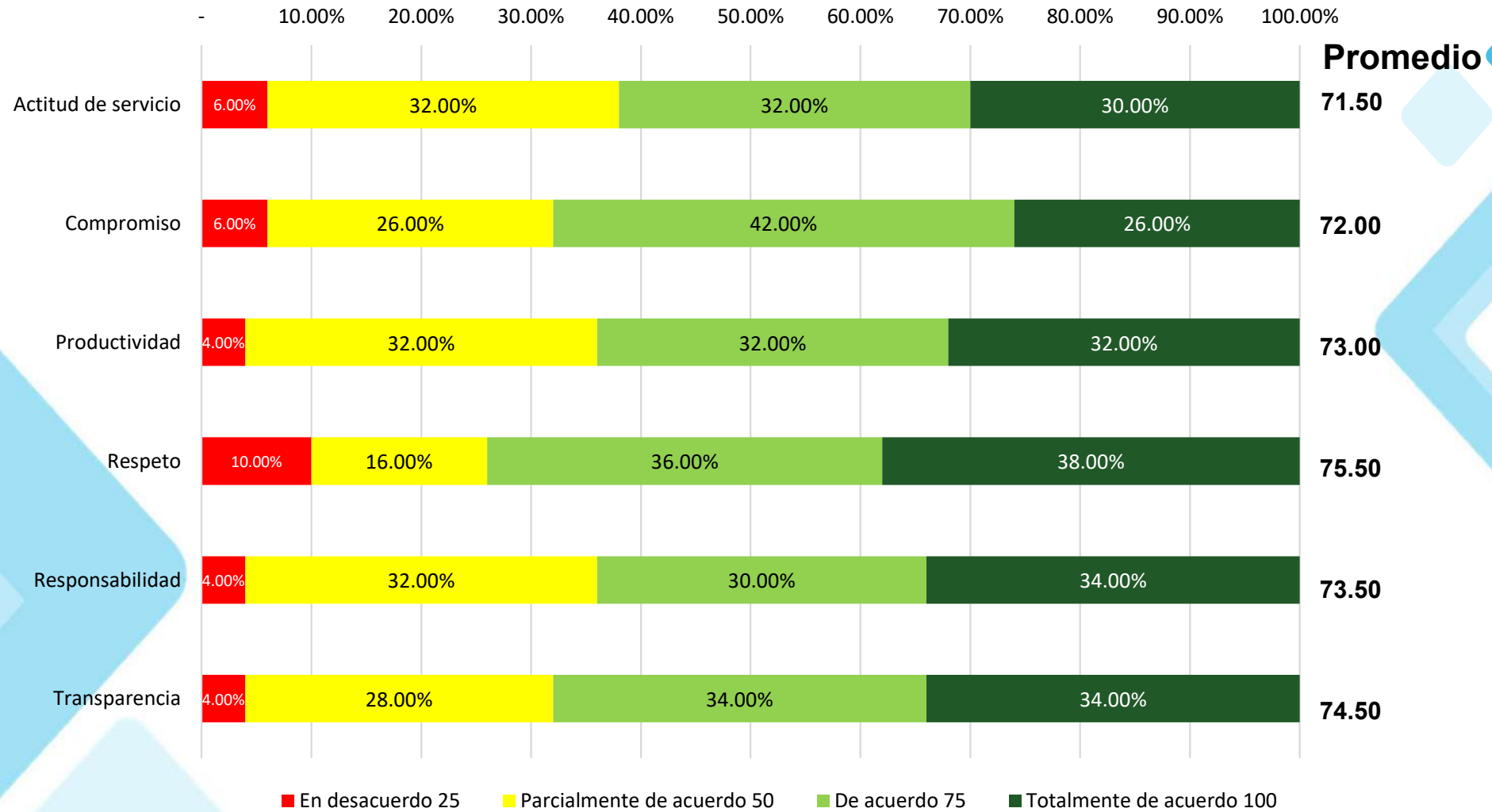
# Percepción e Imagen Institucional

¿Cómo calificaría usted los Valores Institucionales de la SAT?  
Contador/Auditor



# Percepción e Imagen Institucional

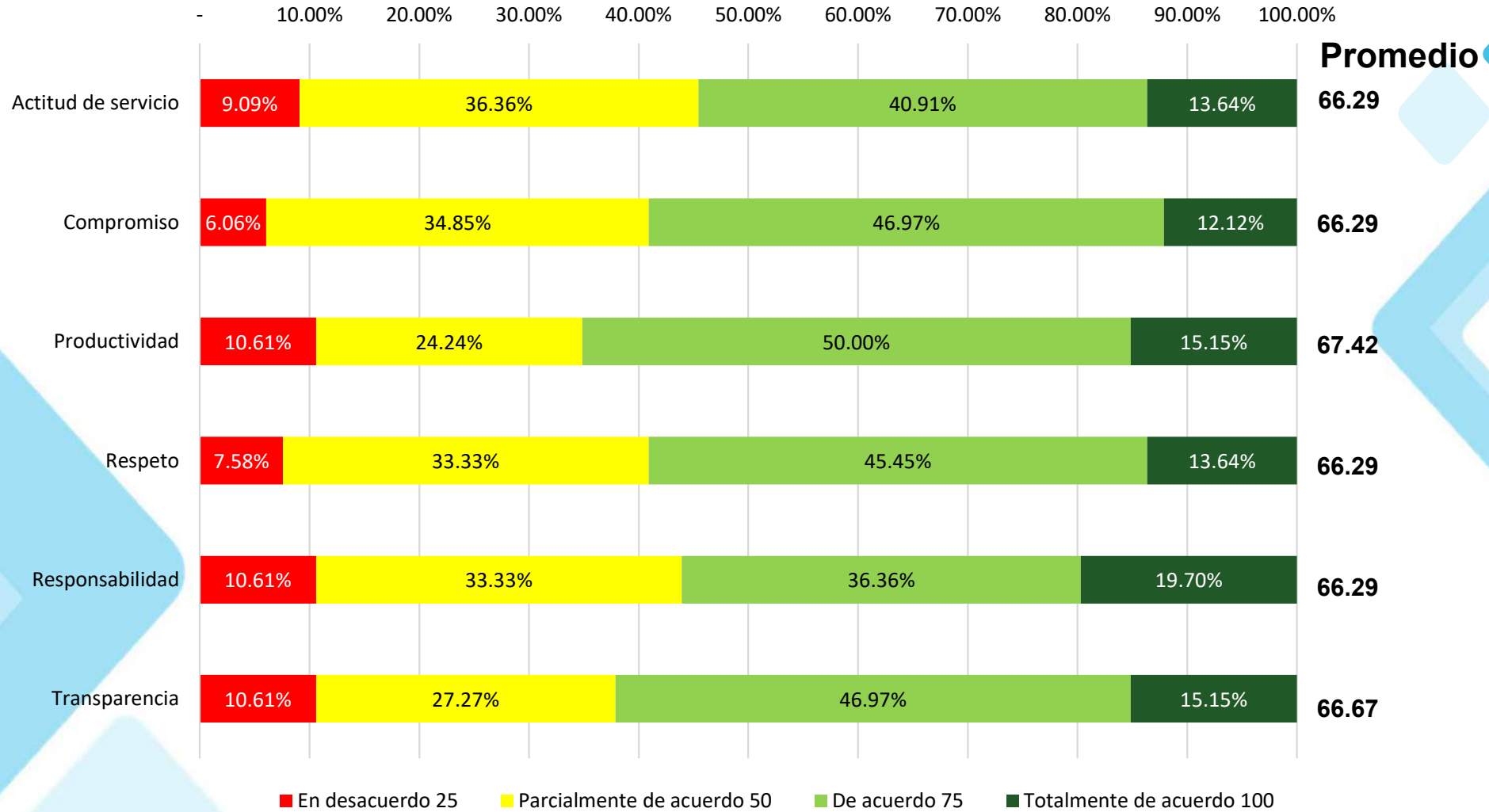
## ¿Cómo calificaría usted los Valores Institucionales de la SAT? Abogado y Notario



■ En desacuerdo 25   ■ Parcialmente de acuerdo 50   ■ De acuerdo 75   ■ Totalmente de acuerdo 100

# Percepción e Imagen Institucional

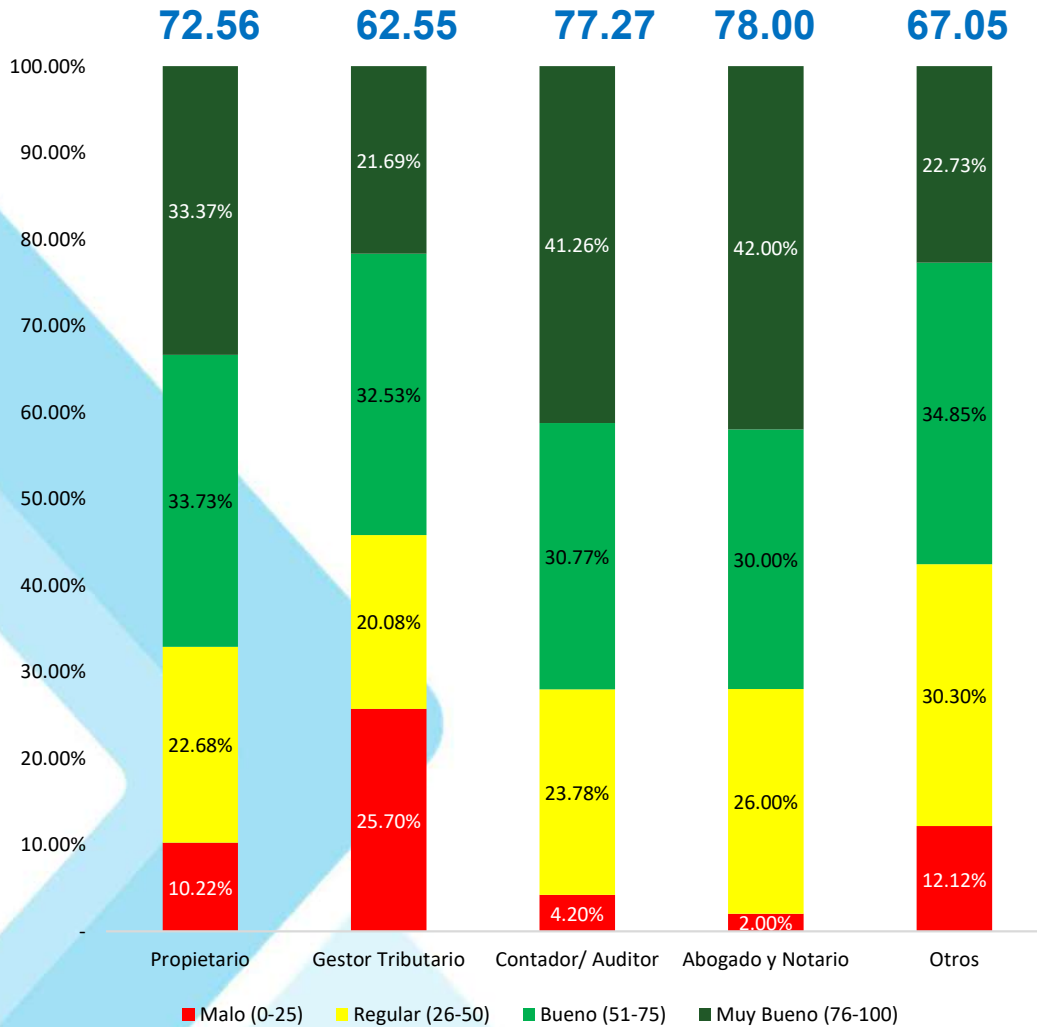
¿Cómo calificaría usted los Valores Institucionales de la SAT?  
Otros



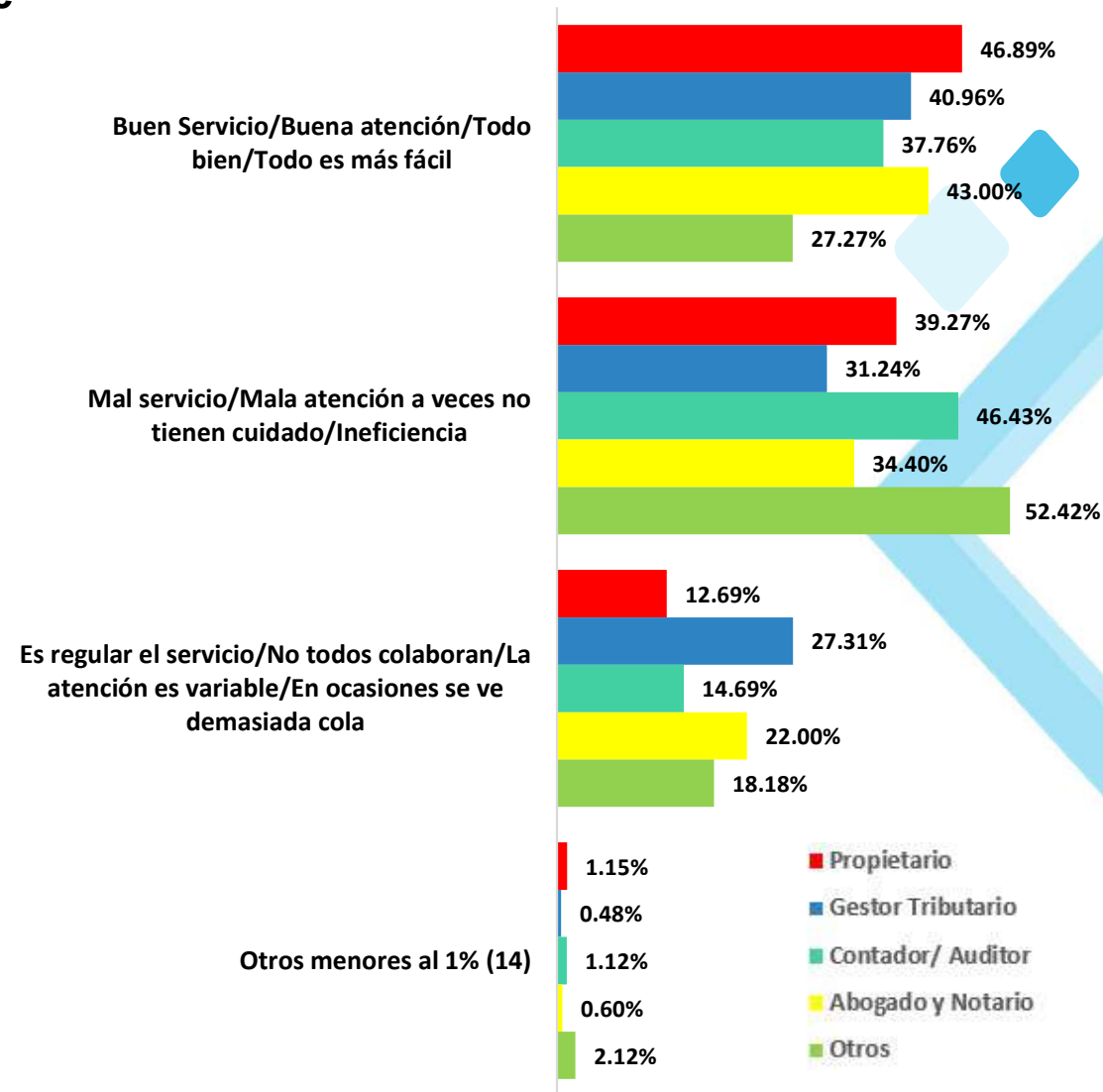
■ En desacuerdo 25 ■ Parcialmente de acuerdo 50 ■ De acuerdo 75 ■ Totalmente de acuerdo 100

# Percepción e Imagen Institucional

A nivel general, ¿cómo calificaría el servicio que SAT presta a los contribuyentes y usuarios?



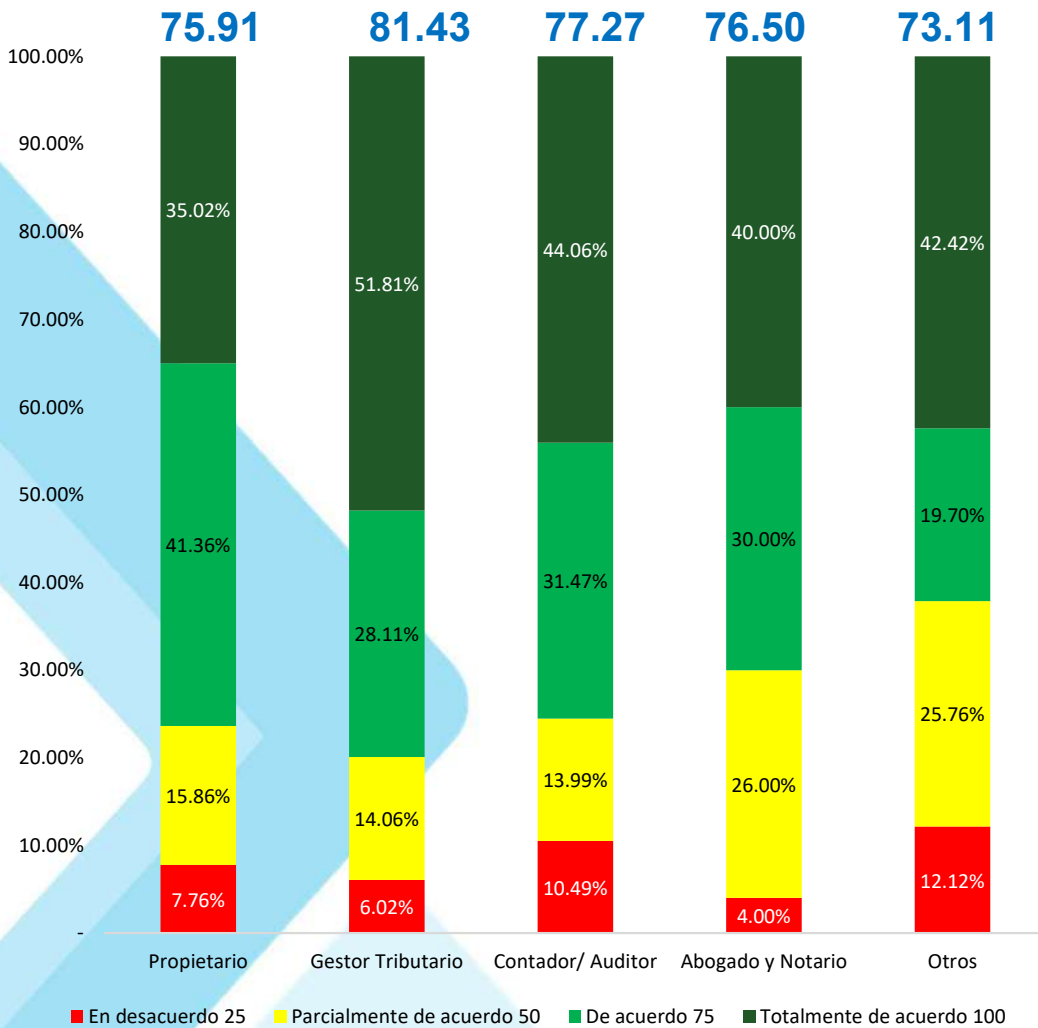
¿Por qué motivo le da esa calificación?



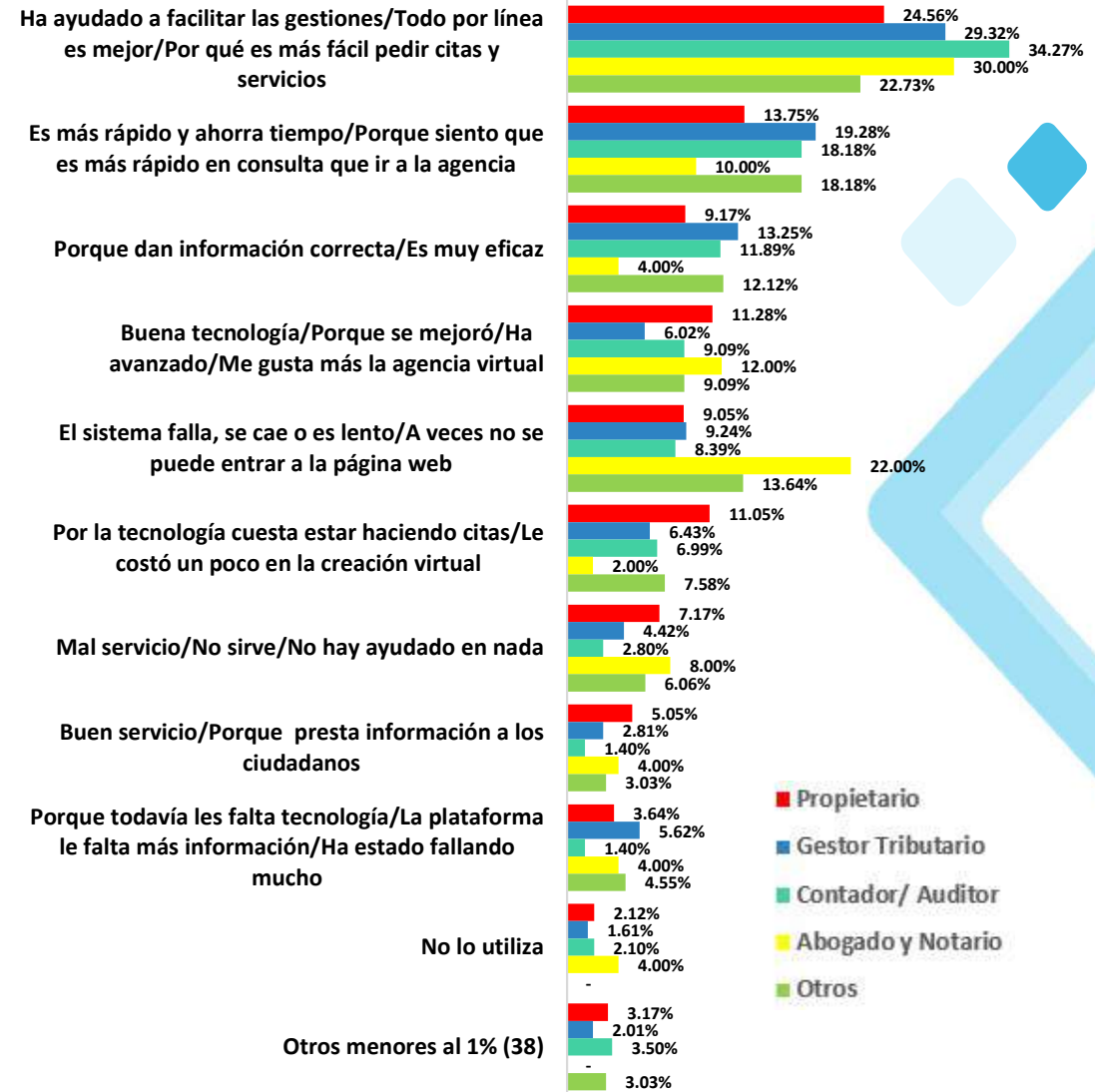


# Percepción e Imagen Institucional

¿Qué calificación le daría a la afirmación: La tecnología de información y comunicación me facilitó el uso de los servicios de la SAT?

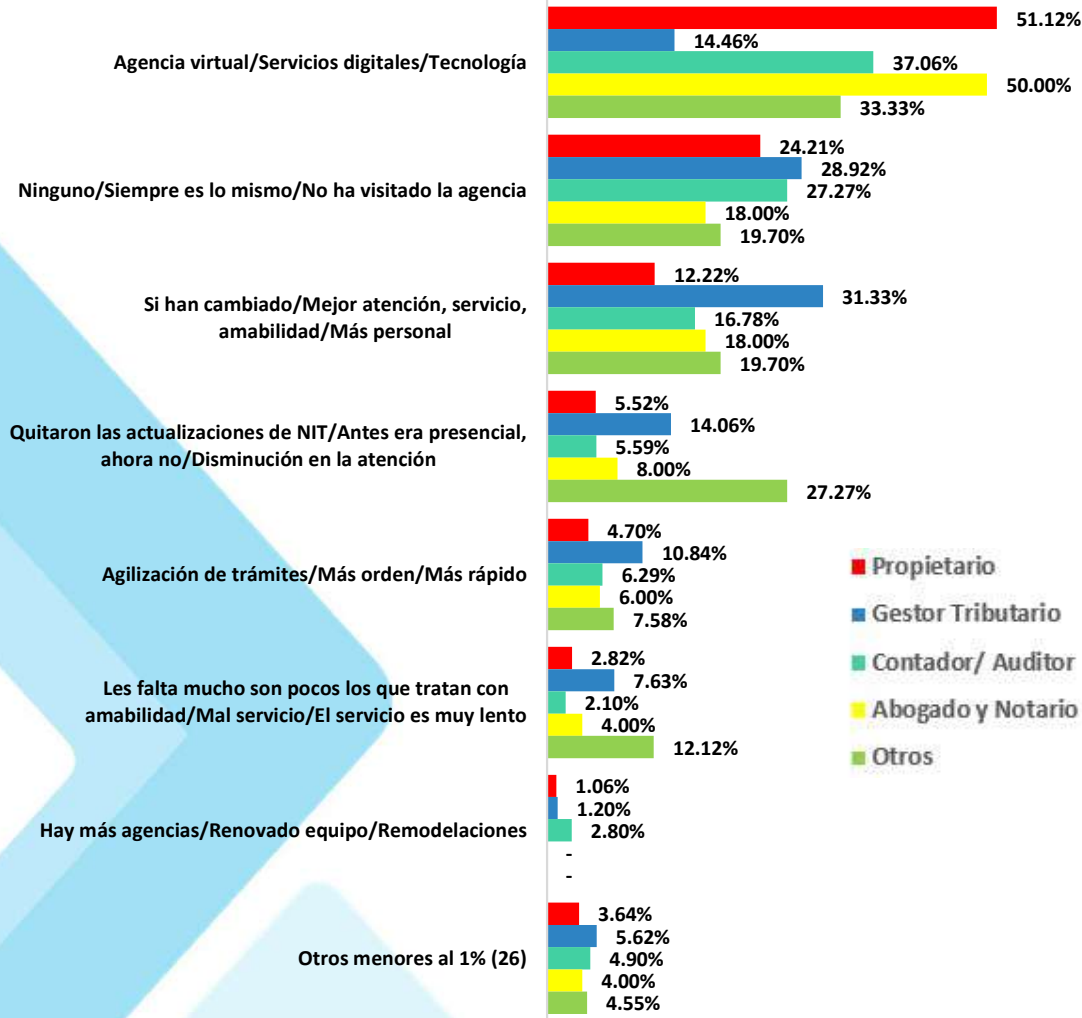


¿Por qué motivo le da esa calificación?

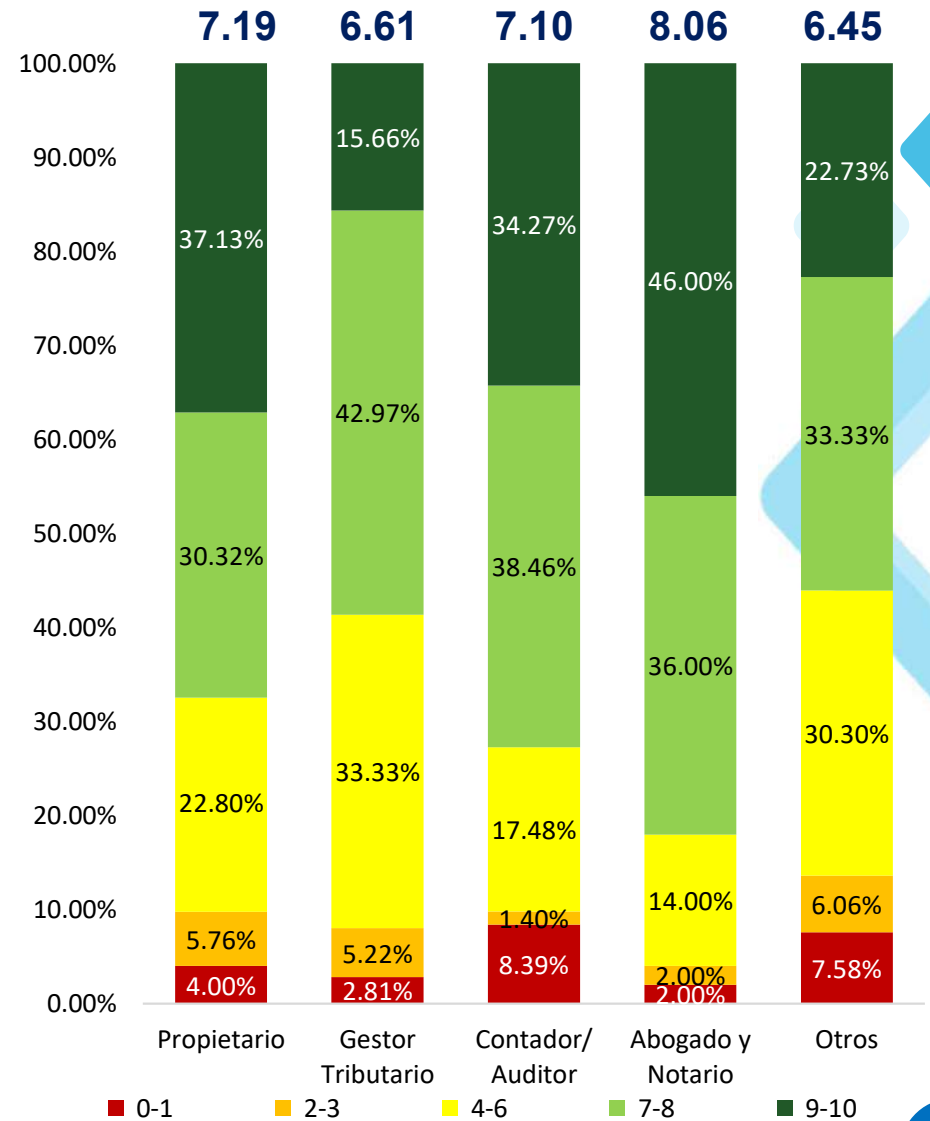


# Percepción e Imagen Institucional

En los últimos dos años ¿Qué cambios ha percibido en los **SERVICIOS** que la SAT brinda a los contribuyentes y usuarios?

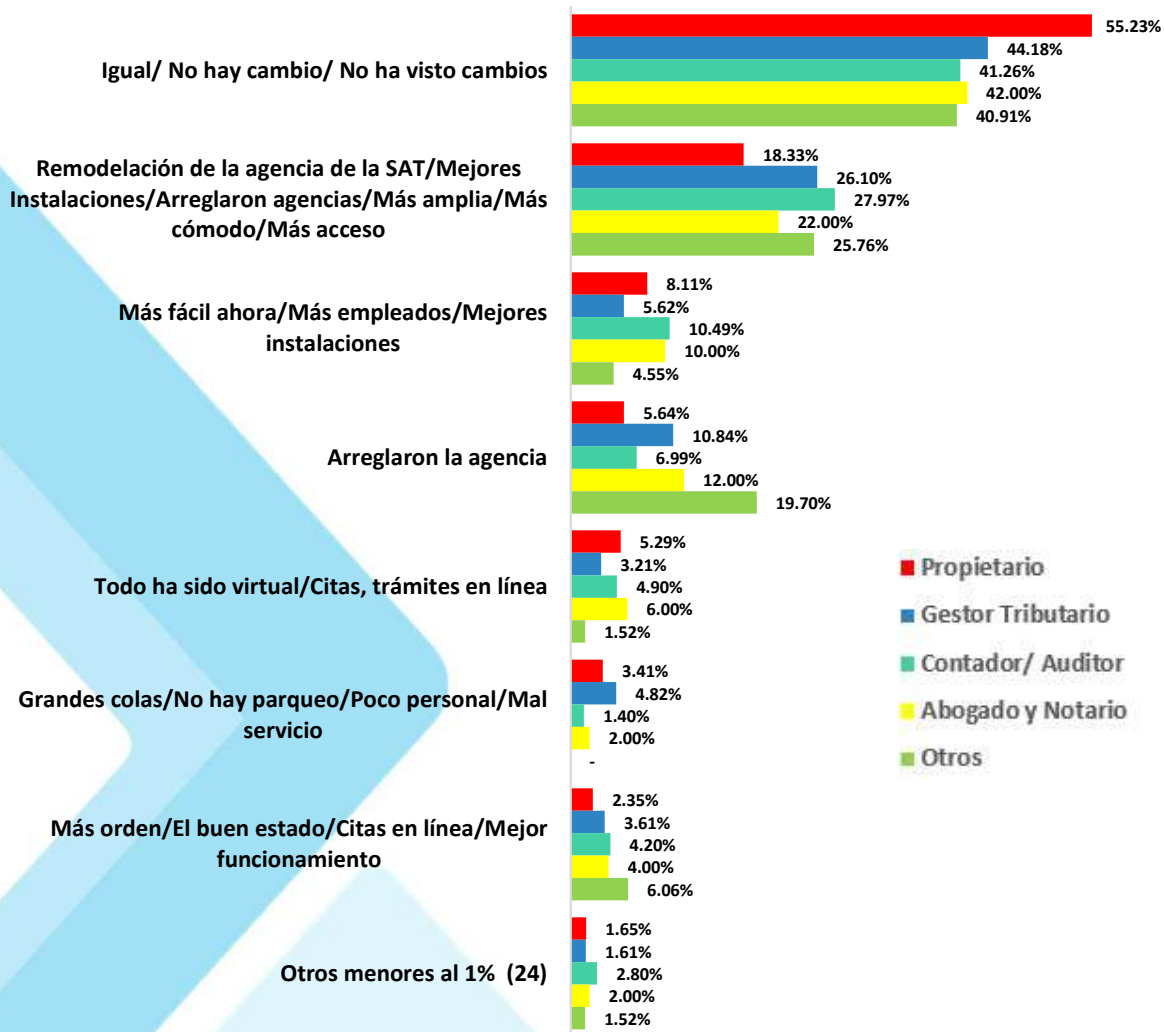


¿Qué calificación les daría a esos cambios?

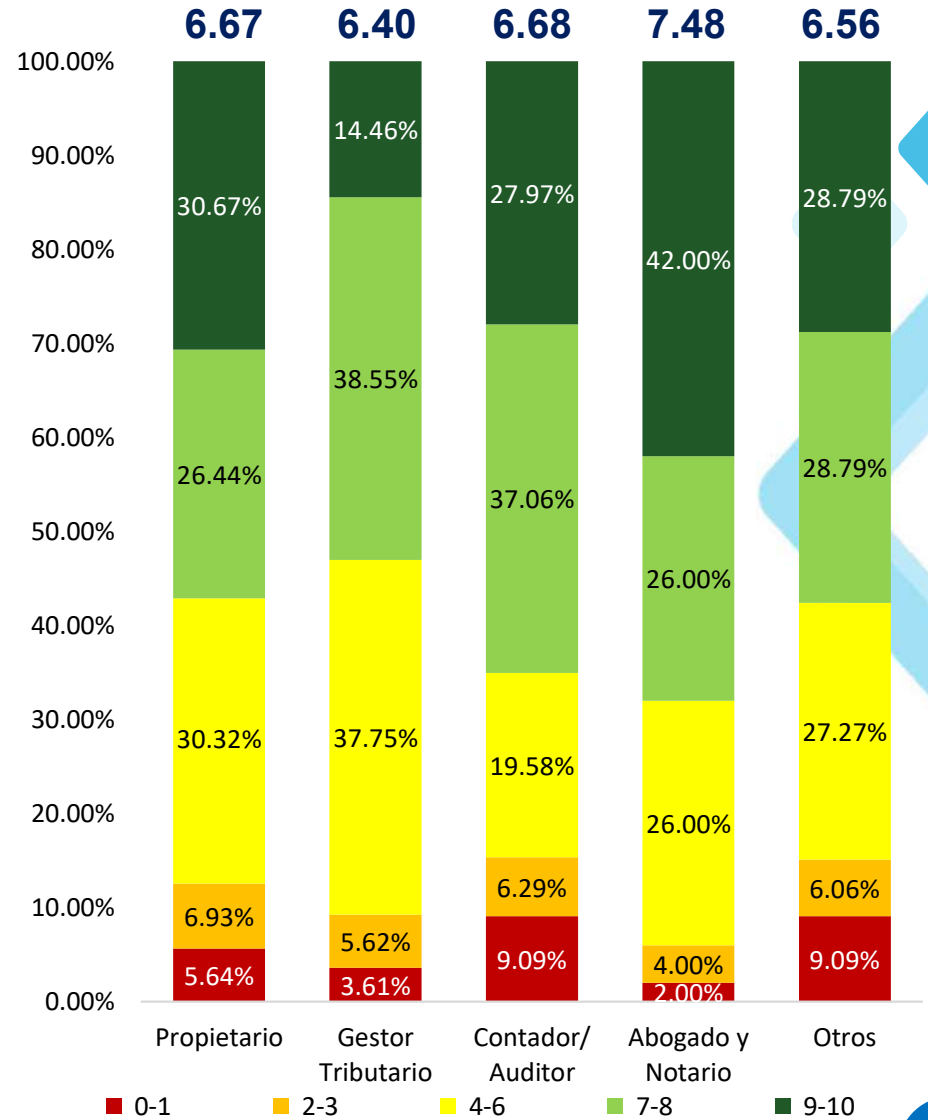


# Percepción e Imagen Institucional

En los últimos dos años ¿Qué cambios ha percibido en LAS INSTALACIONES que la SAT brinda a los contribuyentes y usuarios?



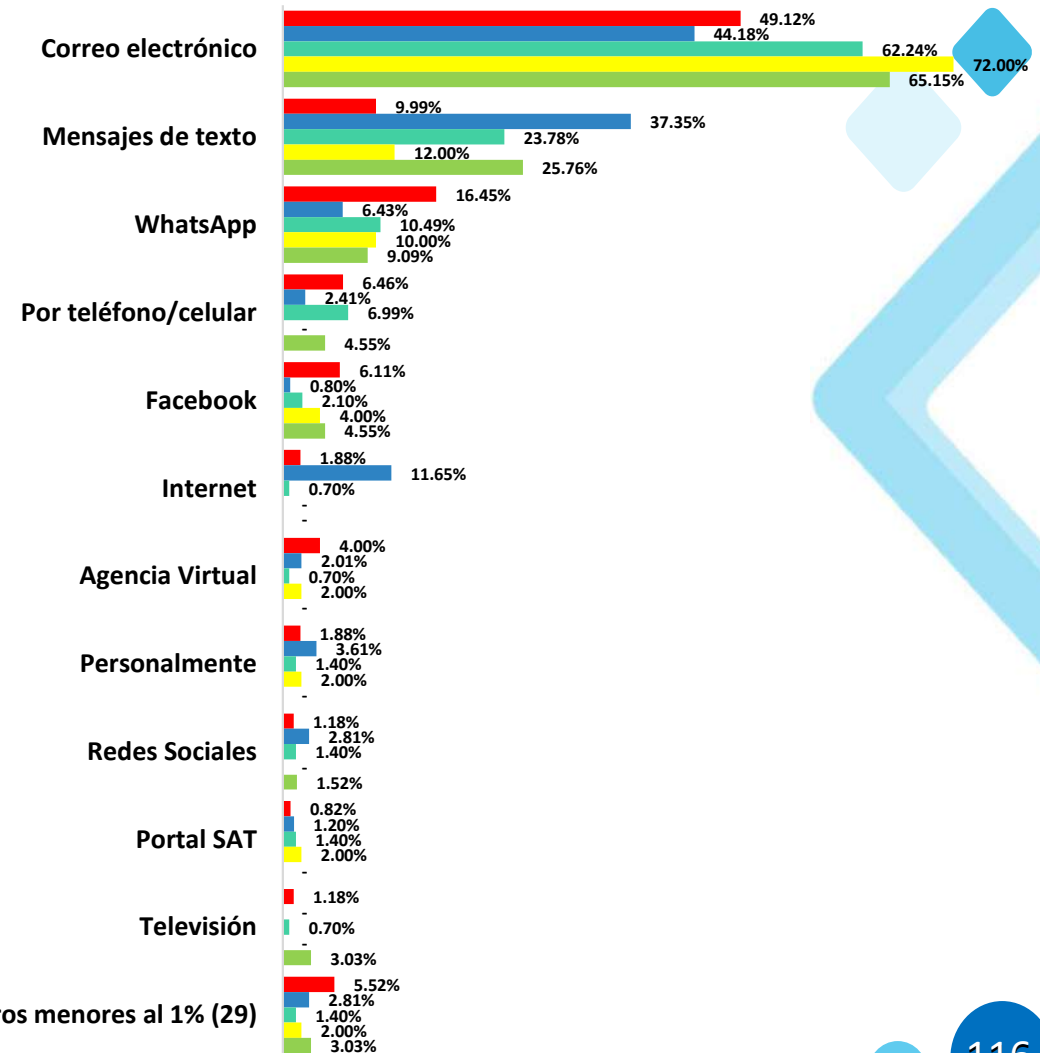
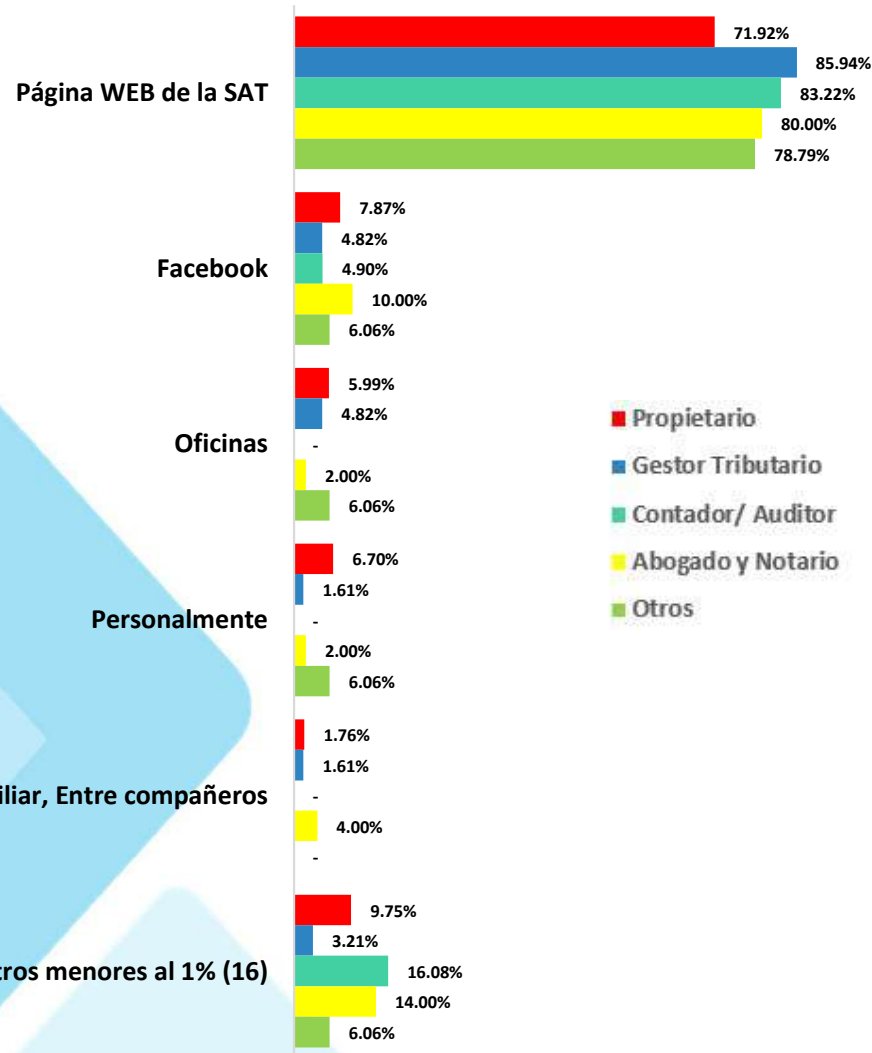
¿Qué calificación les daría a esos cambios?



# Medios de comunicación

Cuando necesita información de cómo hacer un trámite en la SAT, ¿En dónde consulta?

¿Por qué medio le gustaría recibir información sobre el pago de impuestos?

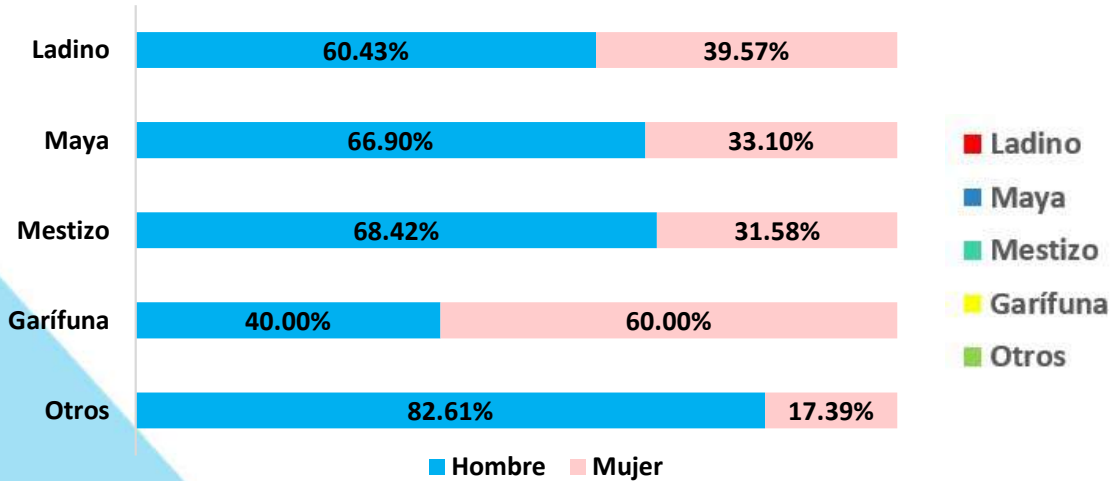


# Etnia

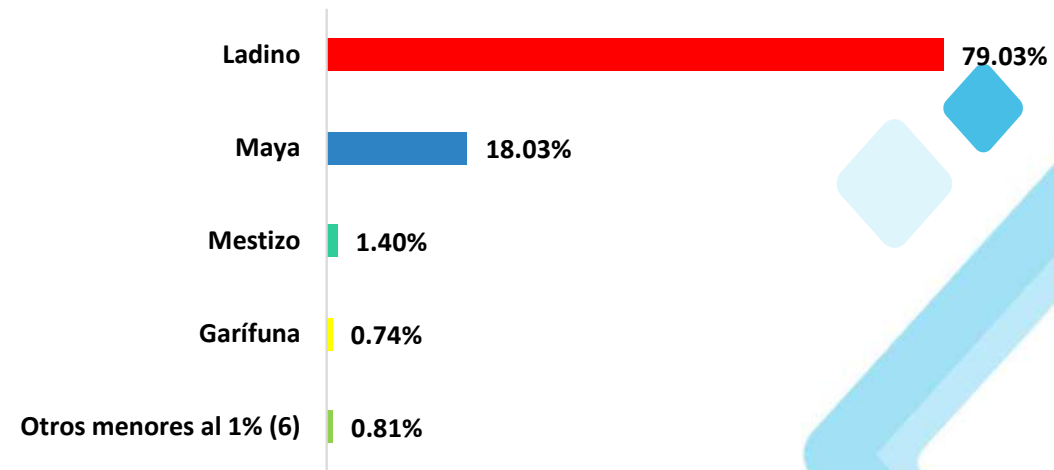
<b>Ladino</b>	<b>1,074</b>
<b>Maya</b>	<b>245</b>
<b>Mestizo</b>	<b>19</b>
<b>Garífuna</b>	<b>10</b>
<b>Otros</b>	<b>11</b>

# Perfil del entrevistado

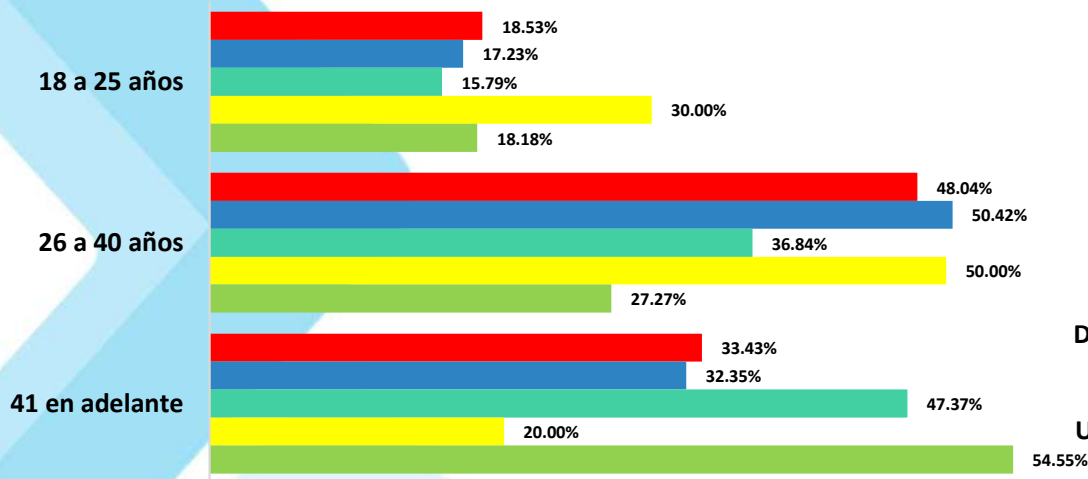
## Género



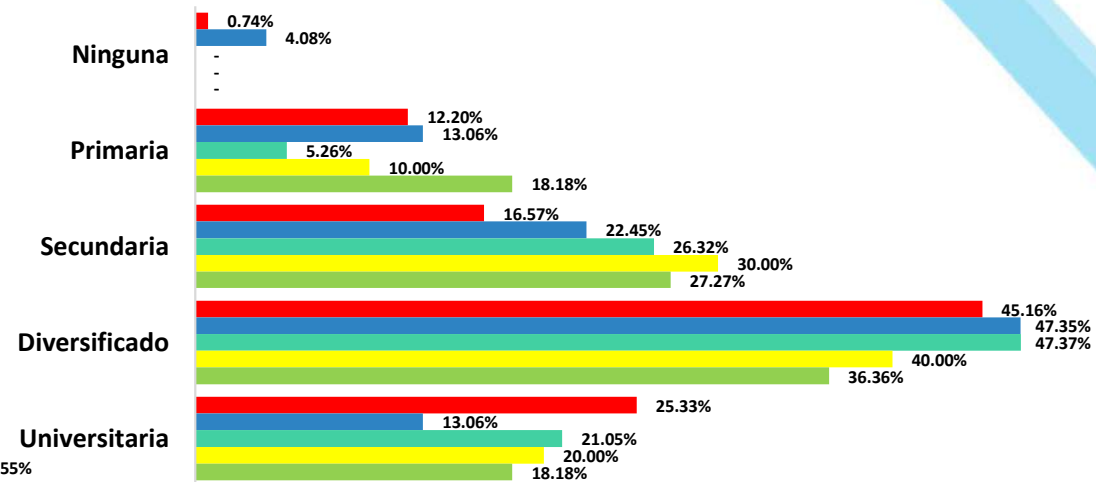
## ¿Cuál es la etnia con la que se identifica?



## Edad agrupada

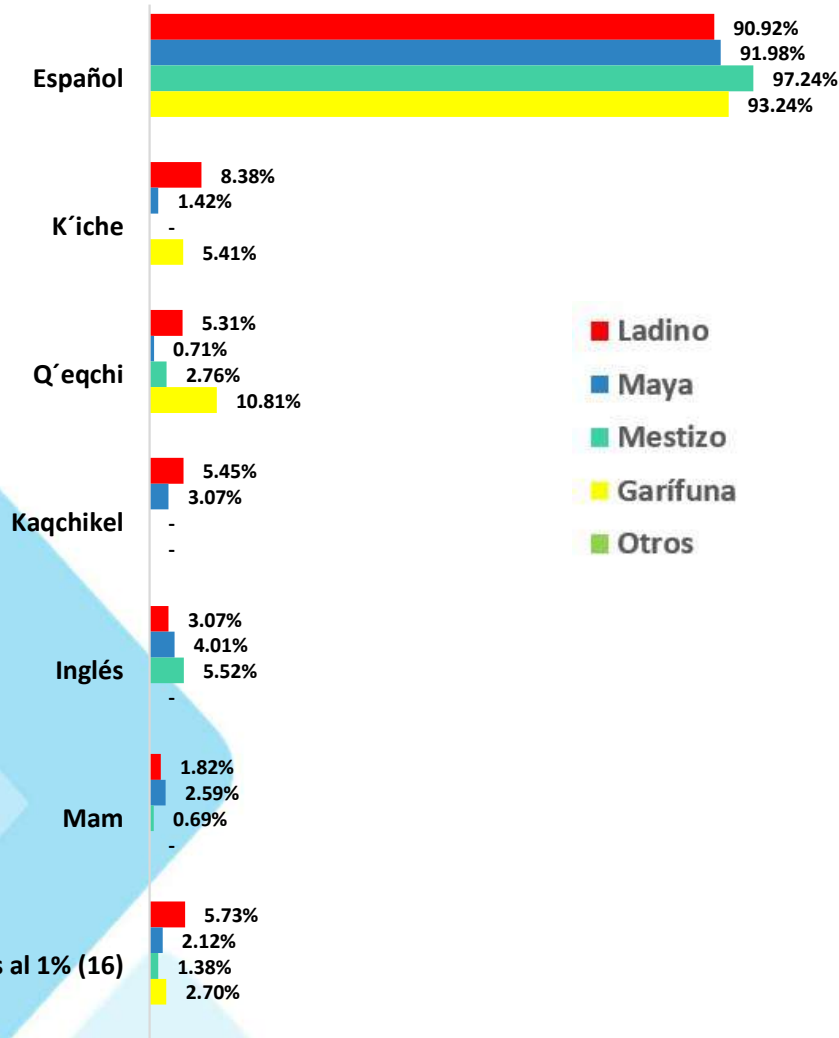


## Escolaridad

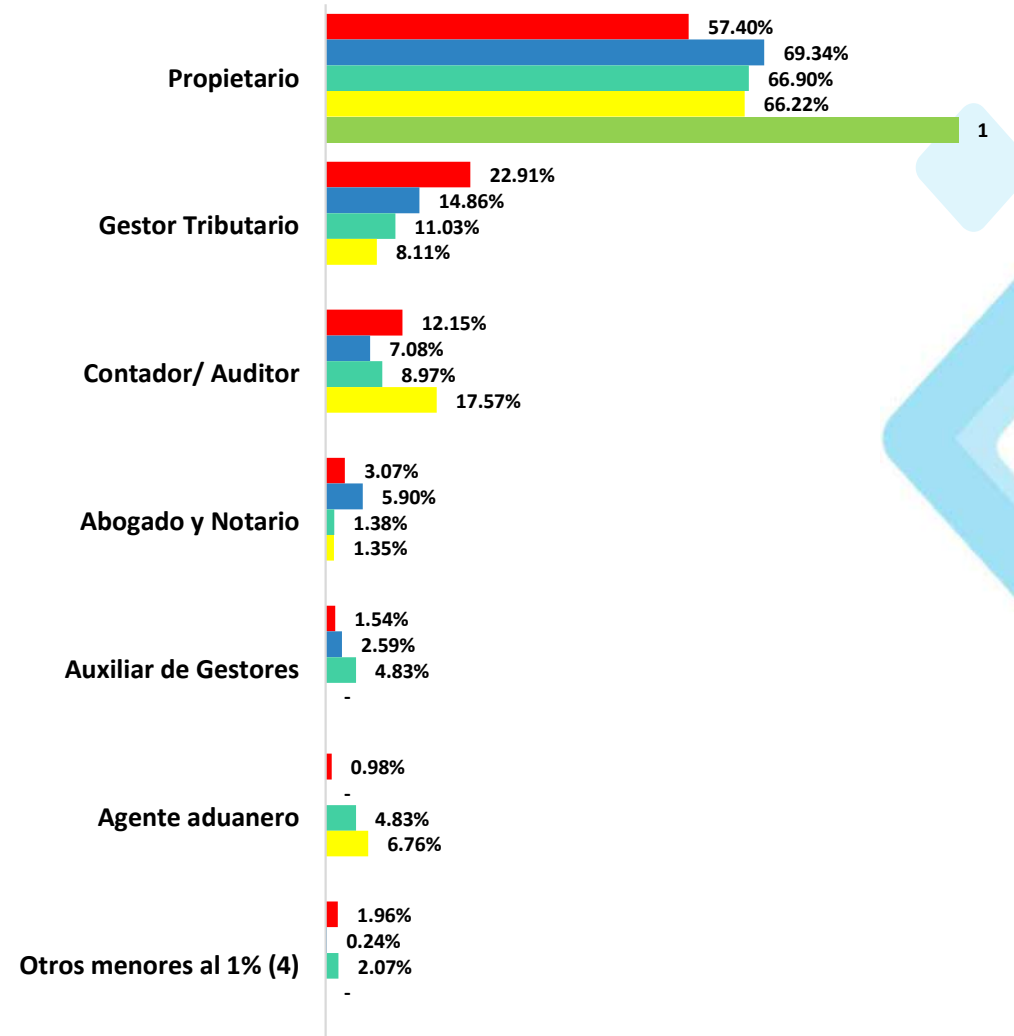


# Perfil del entrevistado

## Idioma (s) que habla



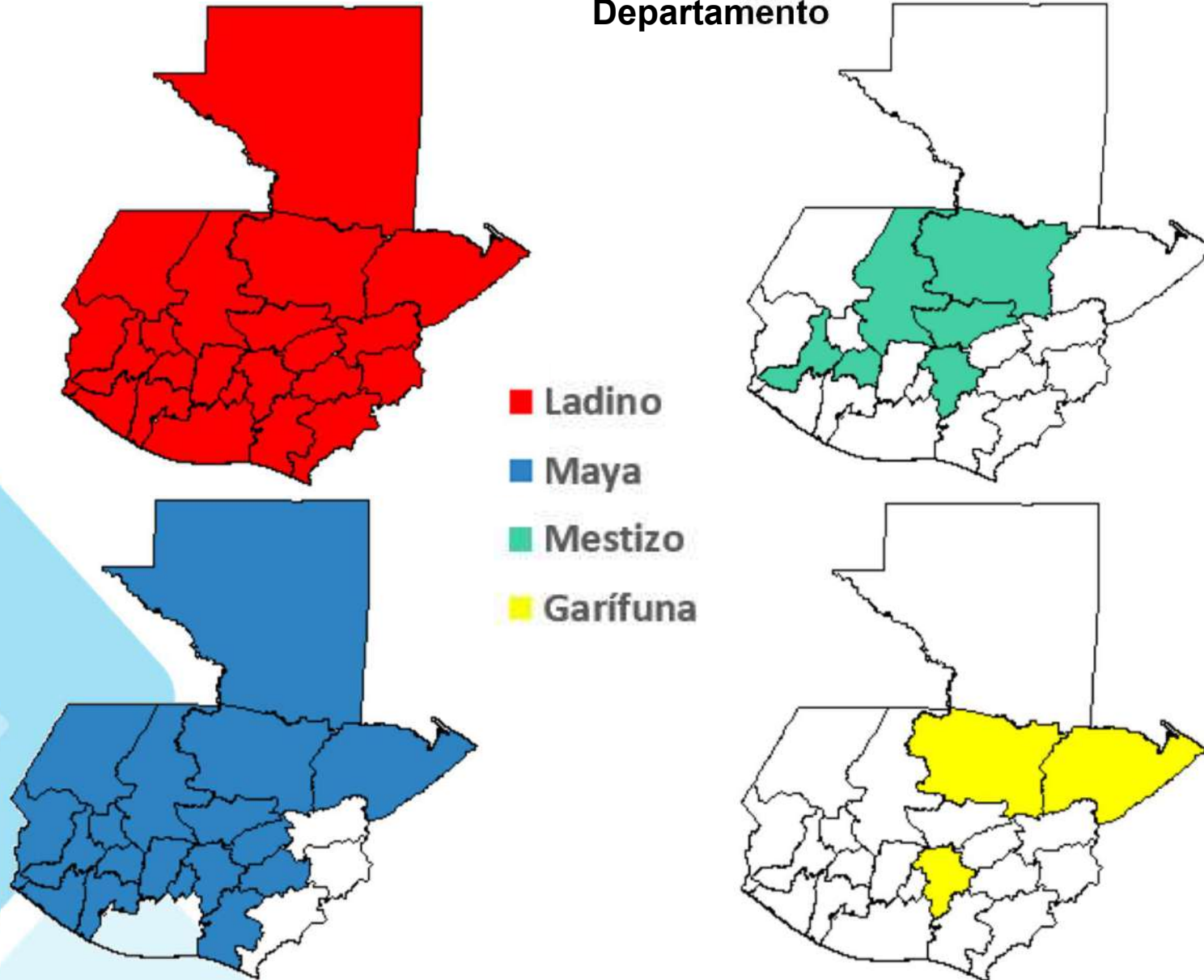
## Calidad de personería con la que actuó para realizar su trámite o gestión tributaria





# Perfil del entrevistado

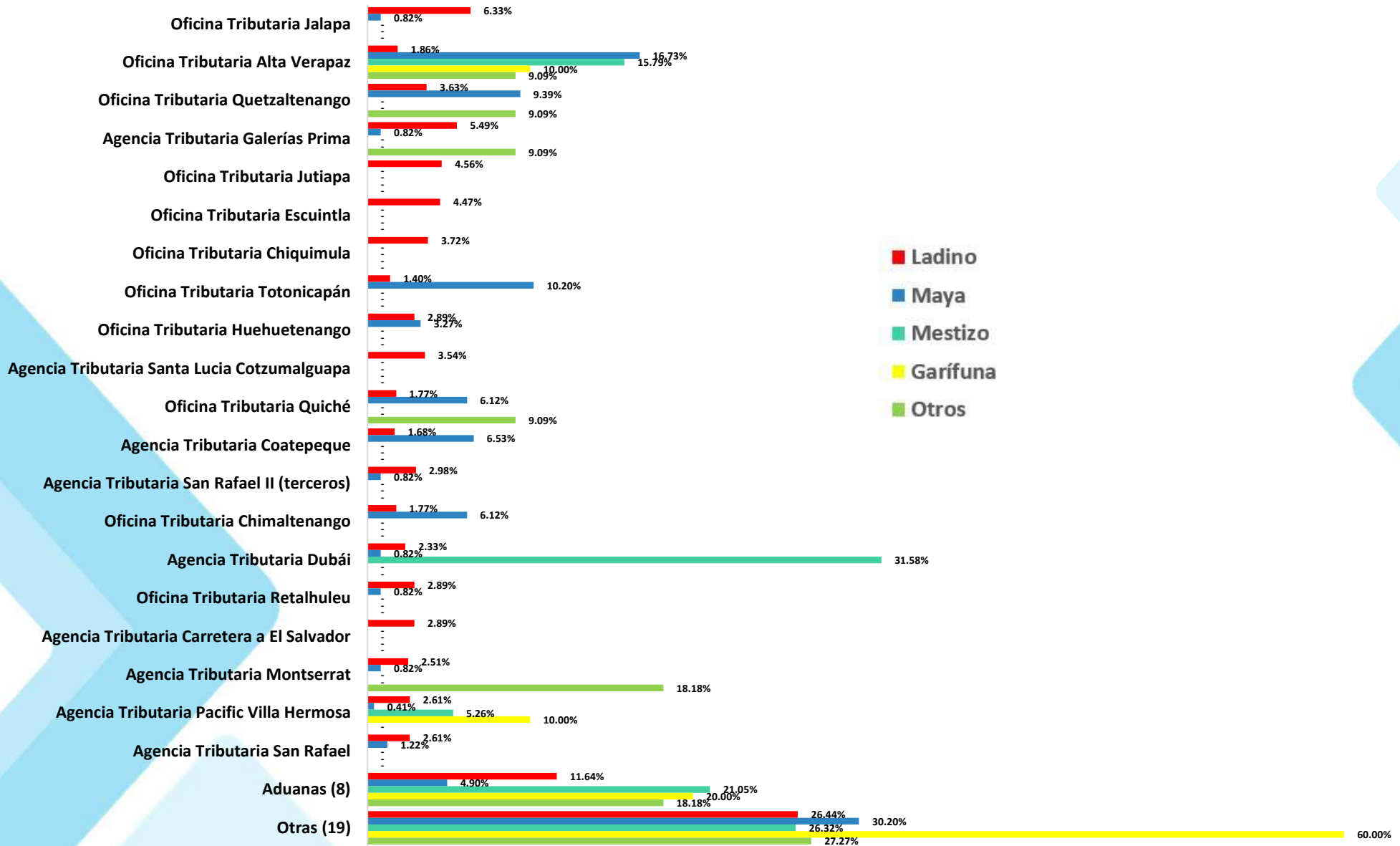
Departamento





# Perfil del entrevistado

## Nombre del punto de servicio investigado

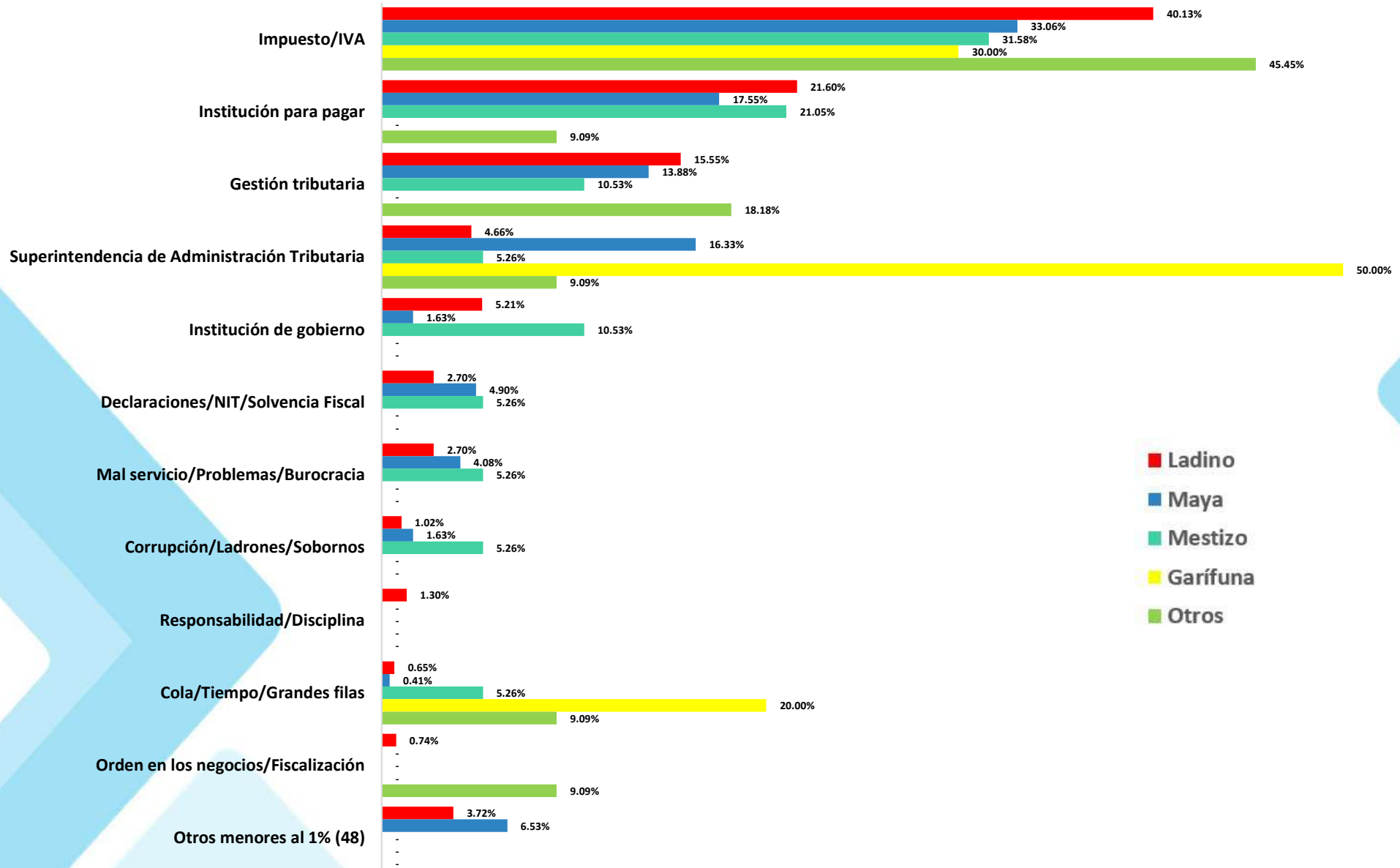


Base: 1,359 Entrevistados

CONSULTORÍA DE DESARROLLO DE ENCUESTAS DE OPINIÓN PÚBLICA E IMAGEN INSTITUCIONAL

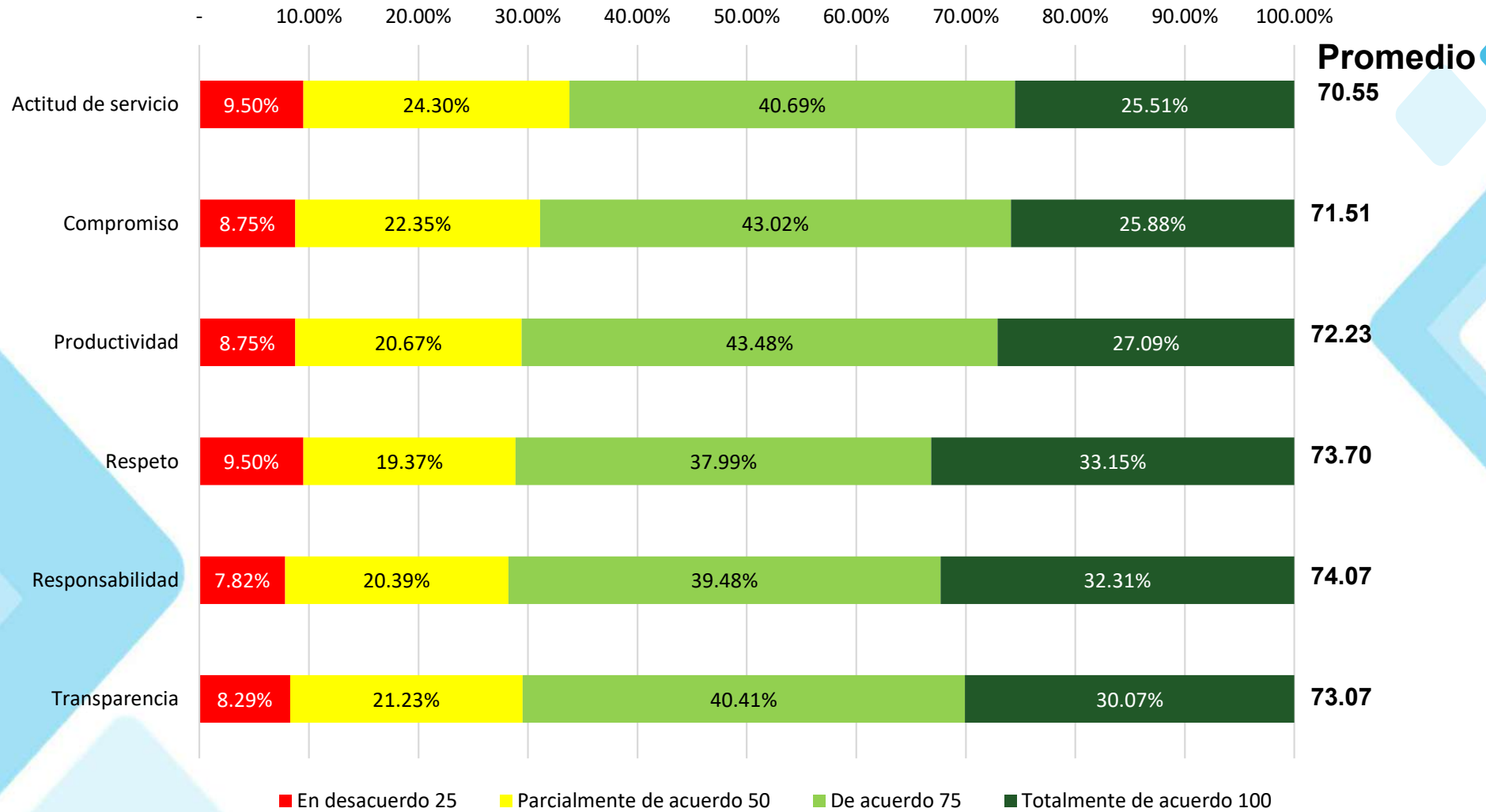
# Percepción e Imagen Institucional

## ¿Qué es lo que piensa cuando escucha el nombre SAT?



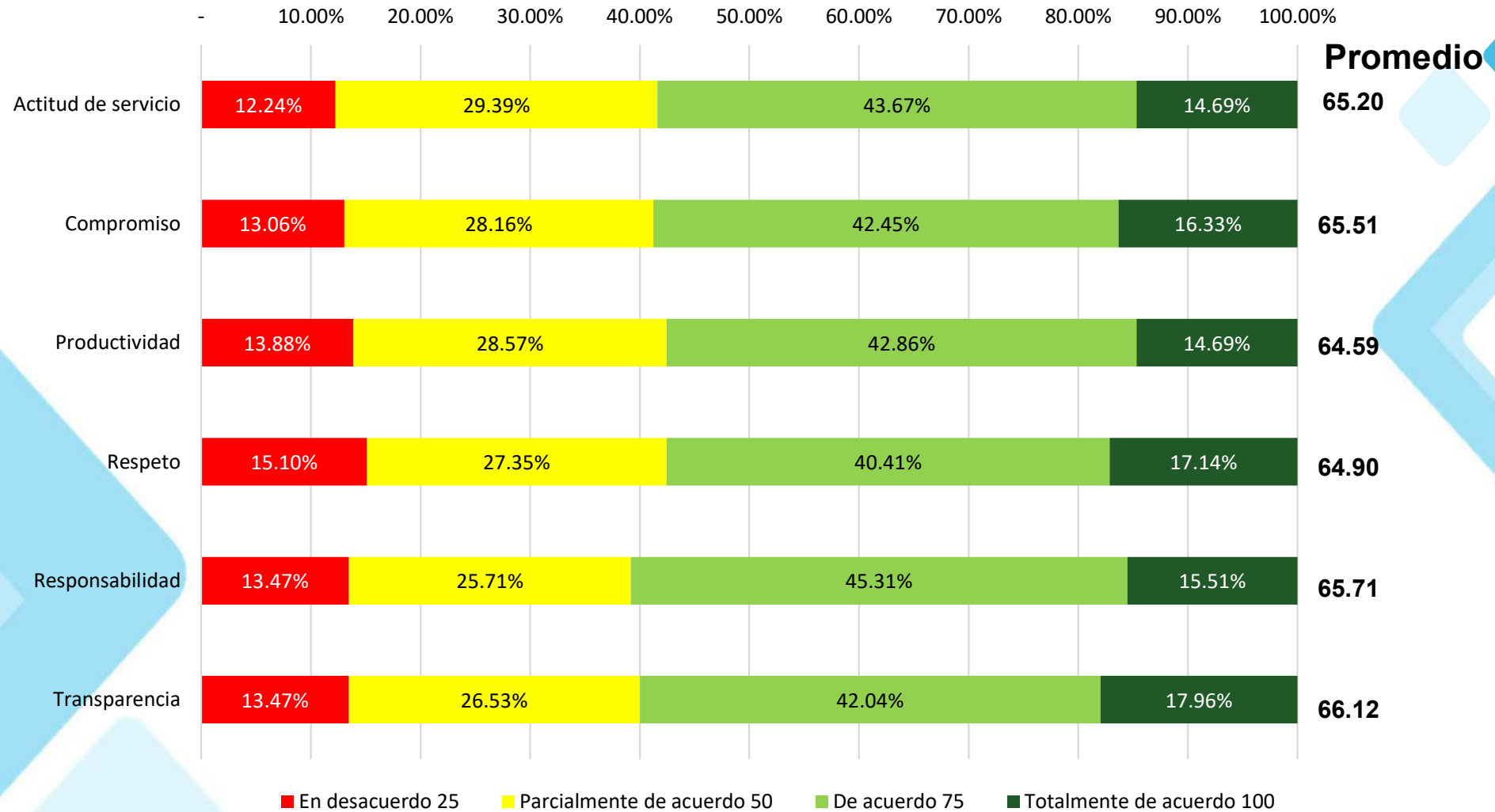
# Percepción e Imagen Institucional

¿Cómo calificaría usted los Valores Institucionales de la SAT?  
Ladino



# Percepción e Imagen Institucional

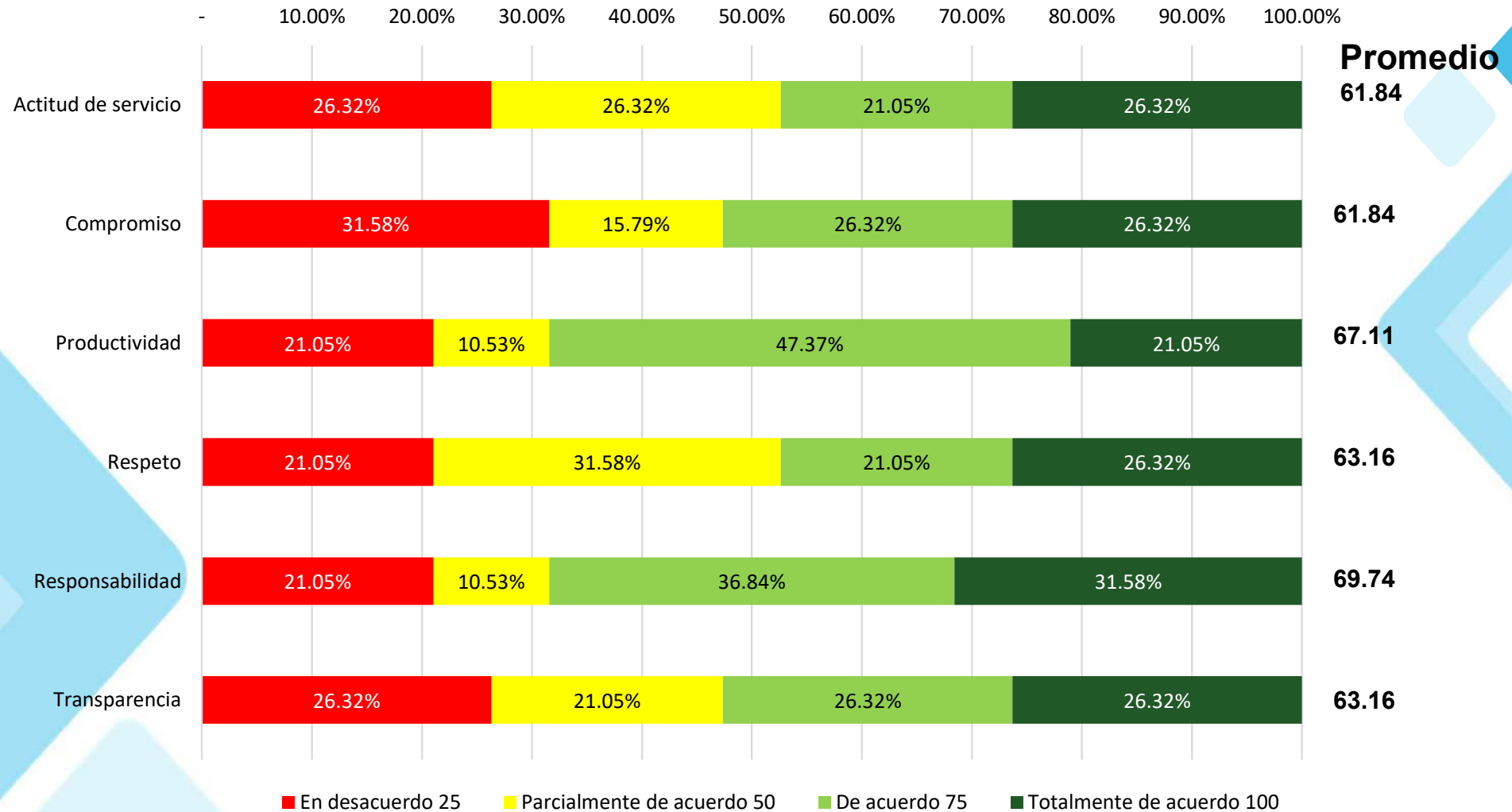
¿Cómo calificaría usted los Valores Institucionales de la SAT?  
Maya



■ En desacuerdo 25   ■ Parcialmente de acuerdo 50   ■ De acuerdo 75   ■ Totalmente de acuerdo 100

# Percepción e Imagen Institucional

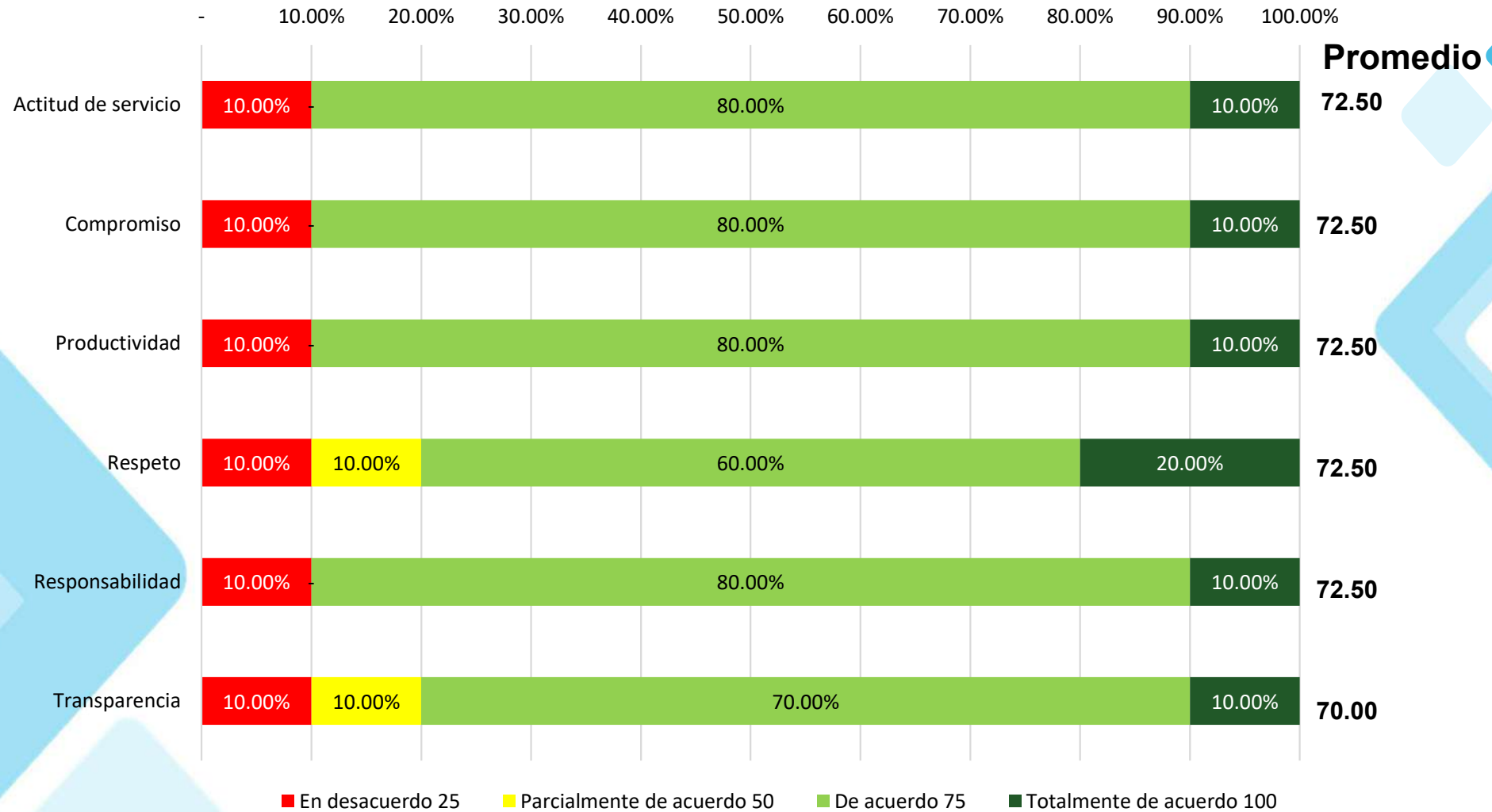
¿Cómo calificaría usted los Valores Institucionales de la SAT?  
Mestizo



■ En desacuerdo 25 ■ Parcialmente de acuerdo 50 ■ De acuerdo 75 ■ Totalmente de acuerdo 100

# Percepción e Imagen Institucional

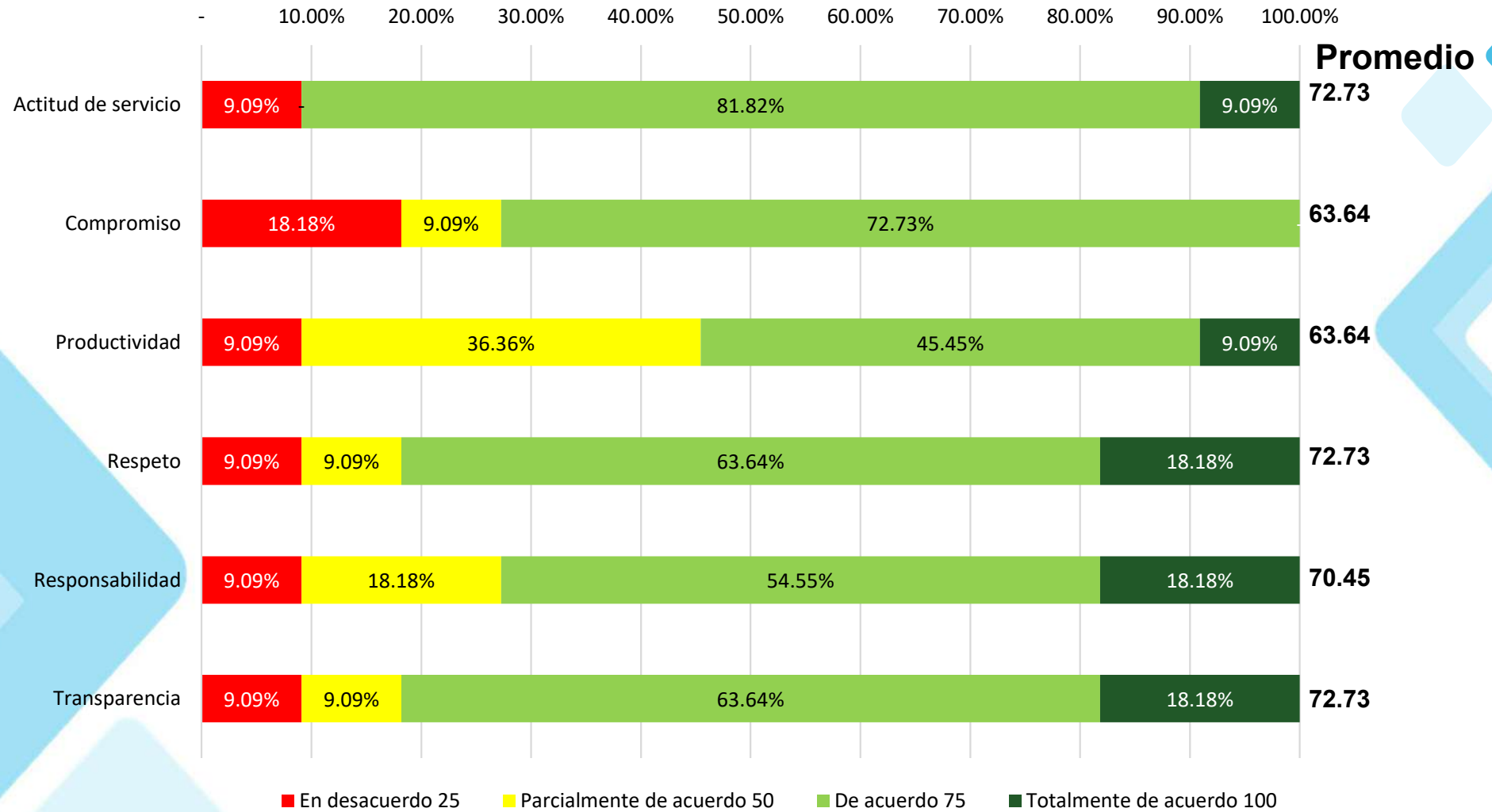
¿Cómo calificaría usted los Valores Institucionales de la SAT?  
Garífuna



■ En desacuerdo 25   ■ Parcialmente de acuerdo 50   ■ De acuerdo 75   ■ Totalmente de acuerdo 100

# Percepción e Imagen Institucional

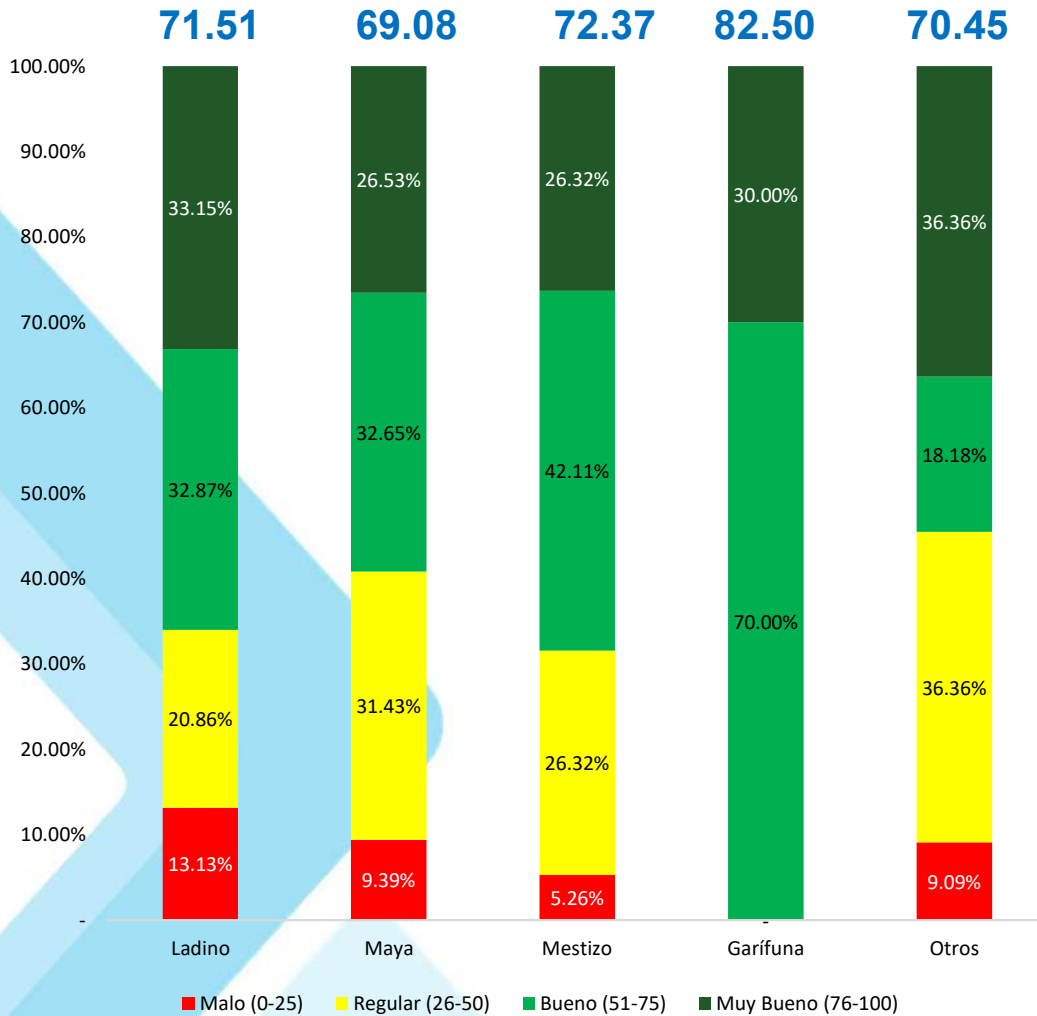
¿Cómo calificaría usted los Valores Institucionales de la SAT?  
Otros



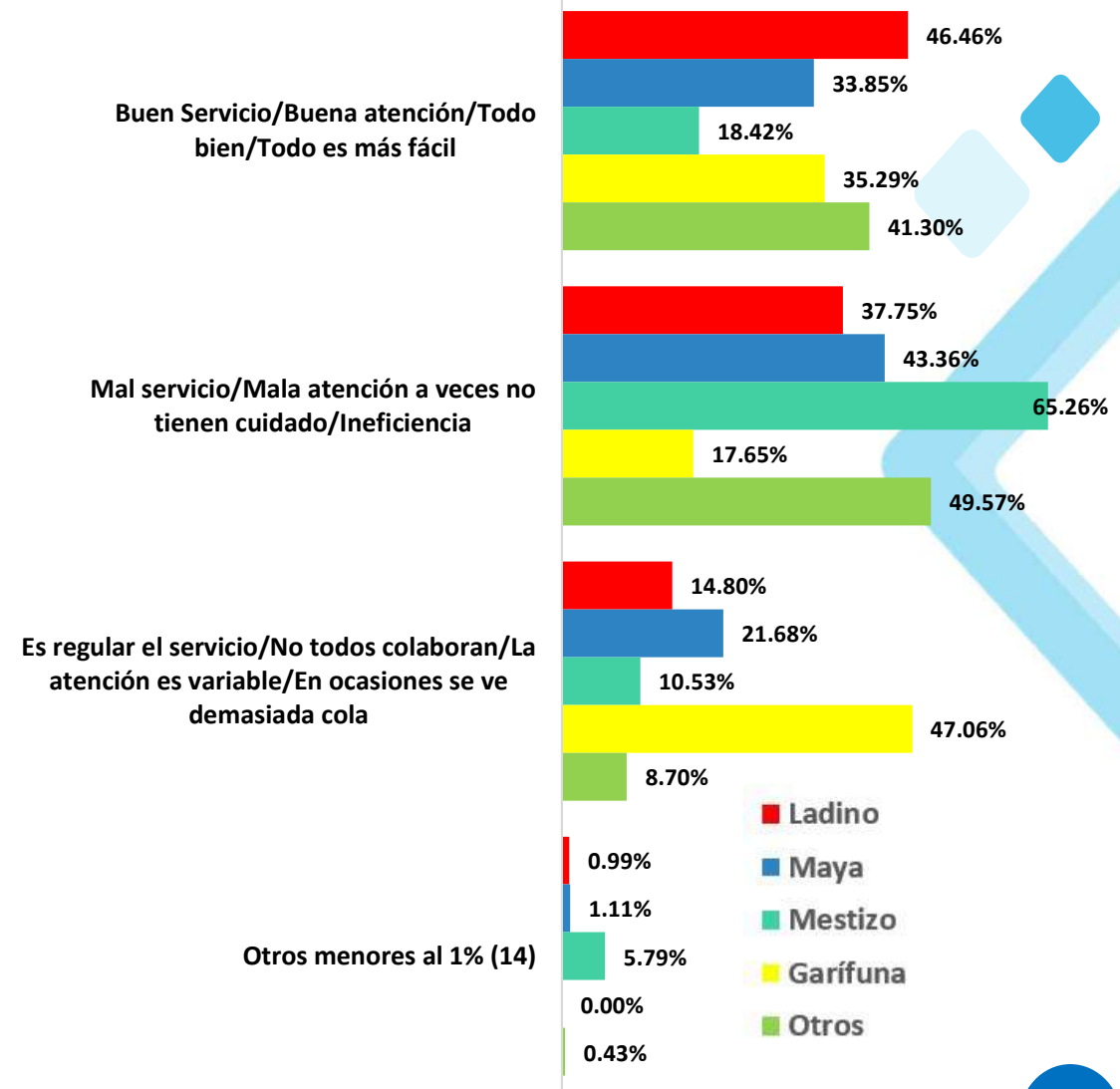
■ En desacuerdo 25   ■ Parcialmente de acuerdo 50   ■ De acuerdo 75   ■ Totalmente de acuerdo 100

# Percepción e Imagen Institucional

A nivel general, ¿cómo calificaría el servicio que SAT presta a los contribuyentes y usuarios?



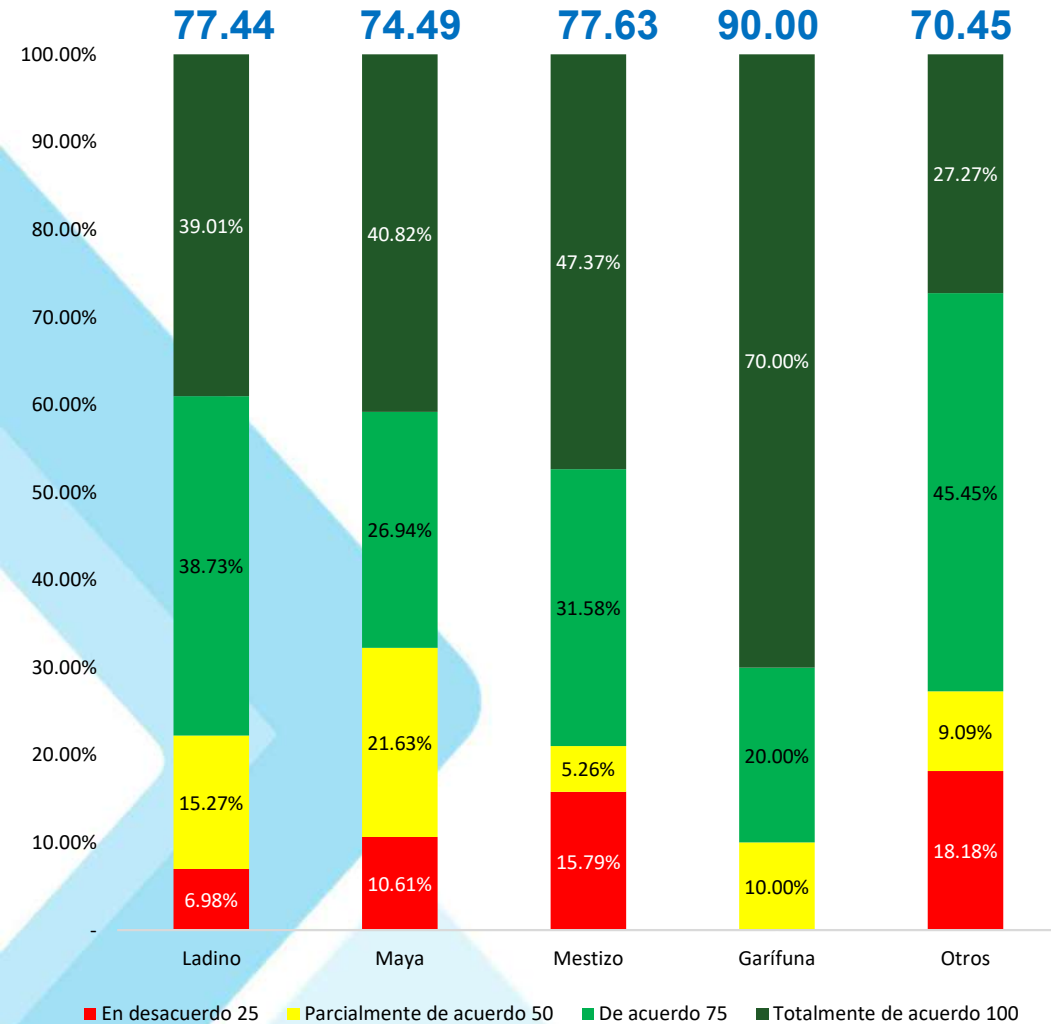
¿Por qué motivo le da esa calificación?



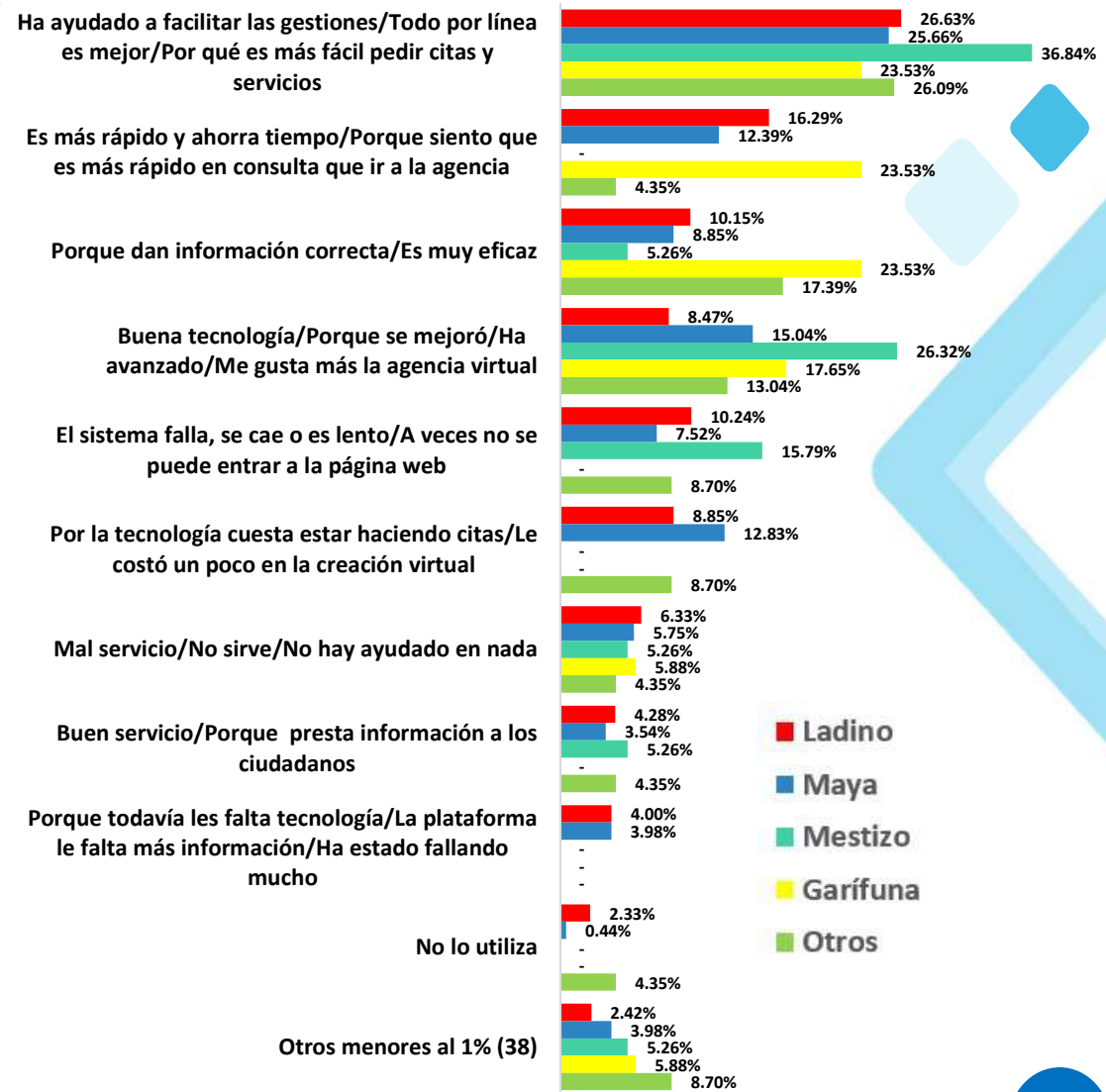


# Percepción e Imagen Institucional

¿Qué calificación le daría a la afirmación: La tecnología de información y comunicación me facilitó el uso de los servicios de la SAT?

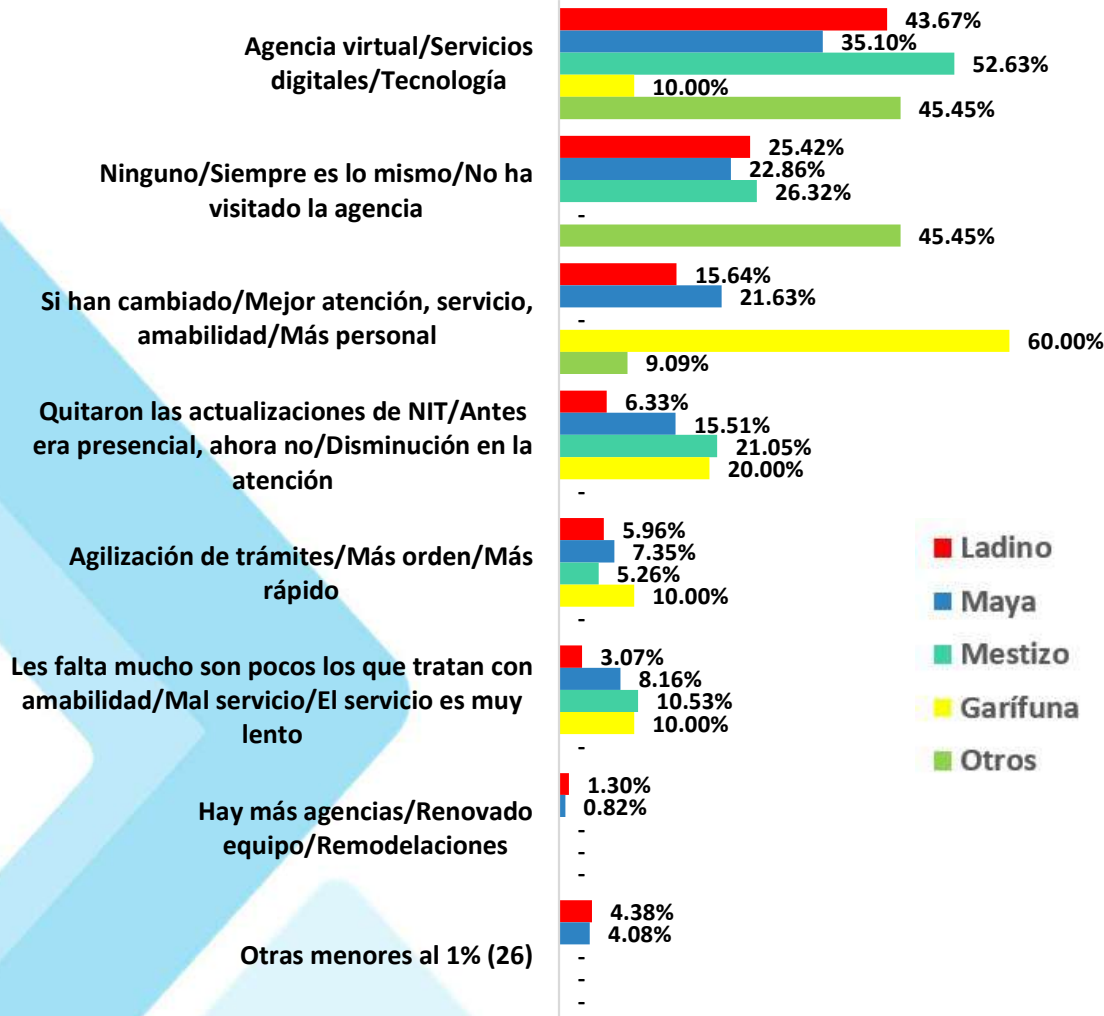


¿Por qué motivo le da esa calificación?

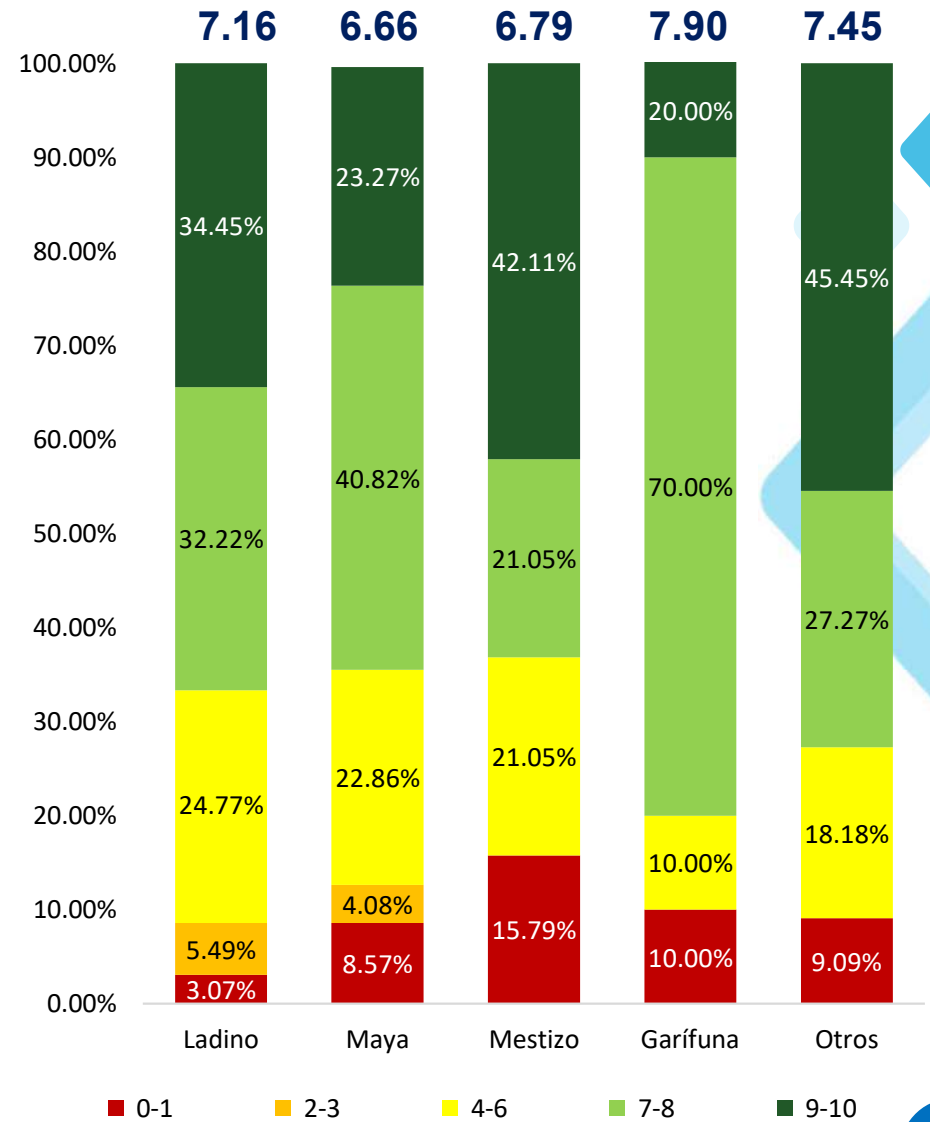


# Percepción e Imagen Institucional

En los últimos dos años ¿Qué cambios ha percibido en los **SERVICIOS** que la SAT brinda a los contribuyentes y usuarios?

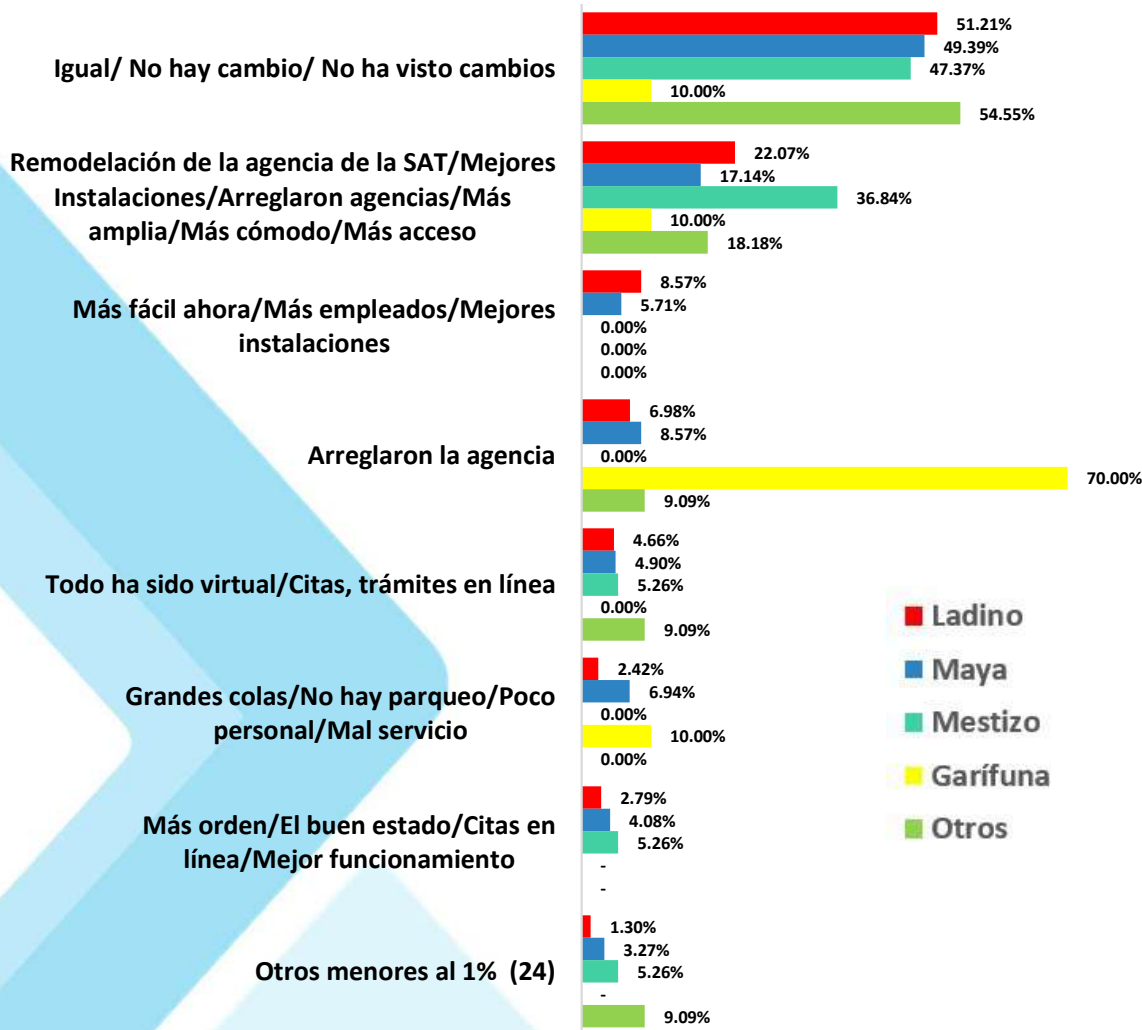


¿Qué calificación les daría a esos cambios?

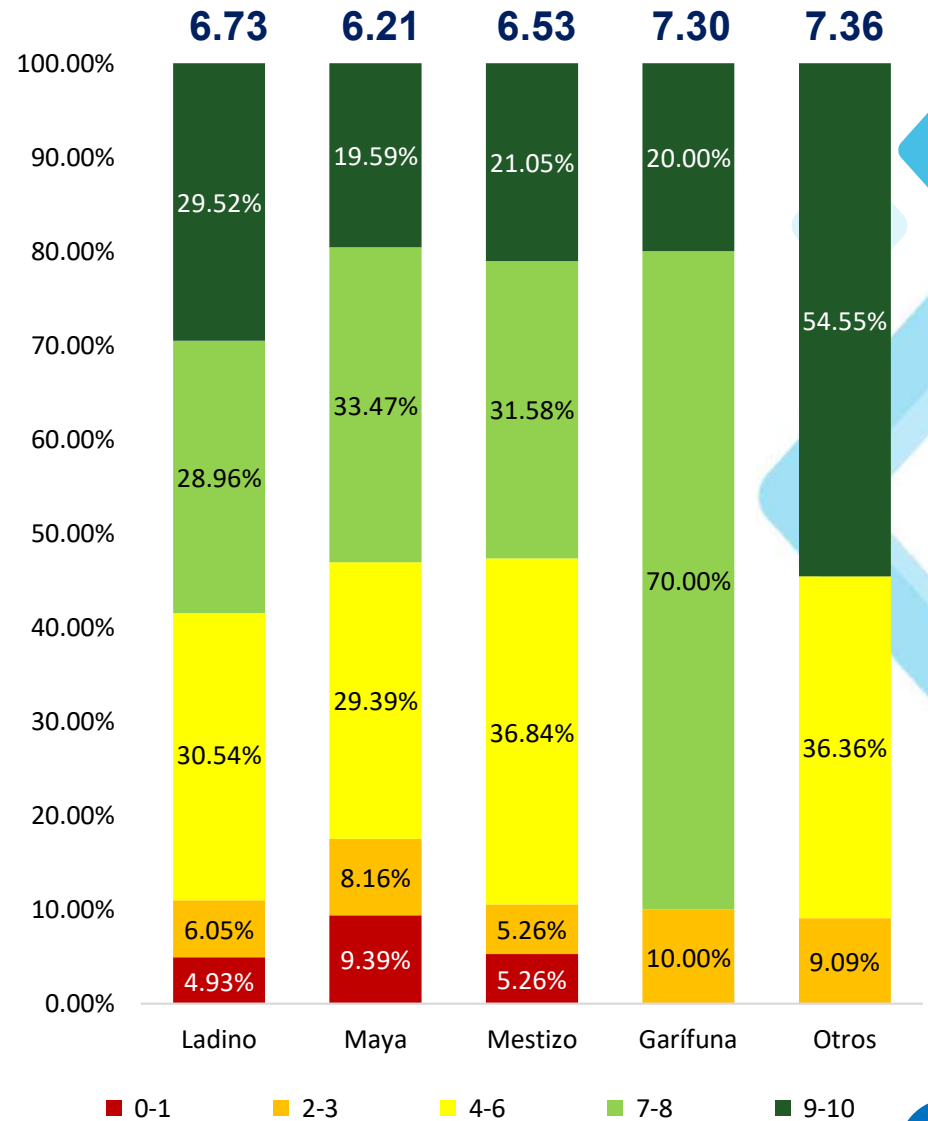


# Percepción e Imagen Institucional

En los últimos dos años ¿Qué cambios ha percibido en LAS INSTALACIONES que la SAT brinda a los contribuyentes y usuarios?

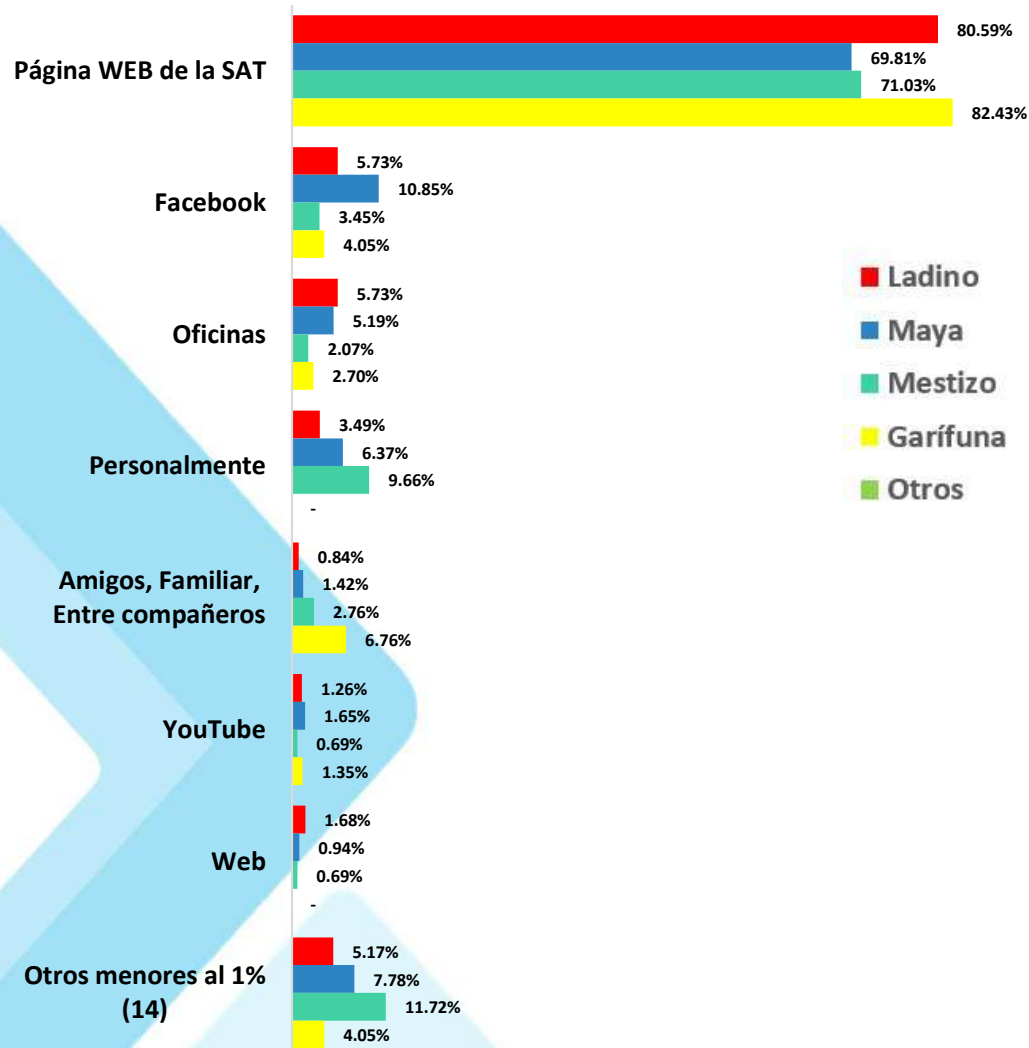


¿Qué calificación les daría a esos cambios?

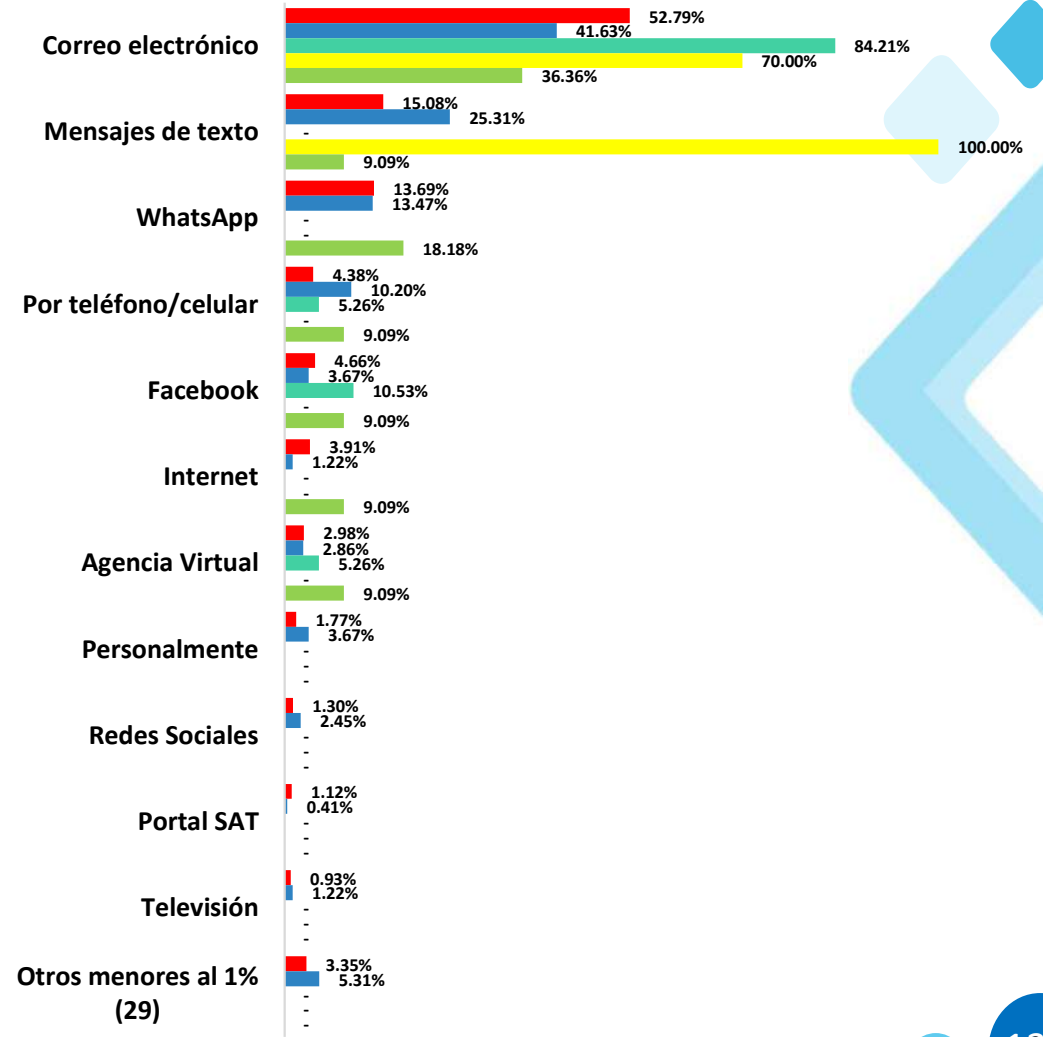


# Medios de comunicación

Cuando necesita información de cómo hacer un trámite en la SAT, ¿En dónde consulta?



¿Por qué medio le gustaría recibir información sobre el pago de impuestos?

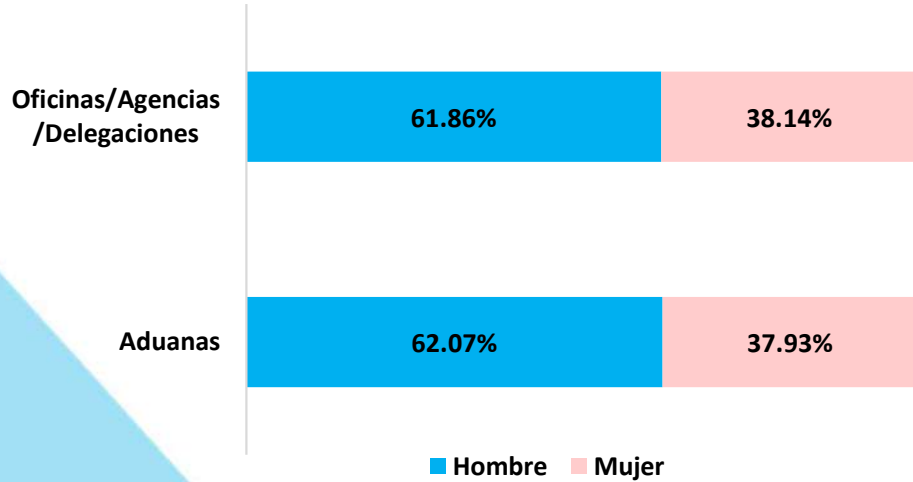


# Tipos de Servicios

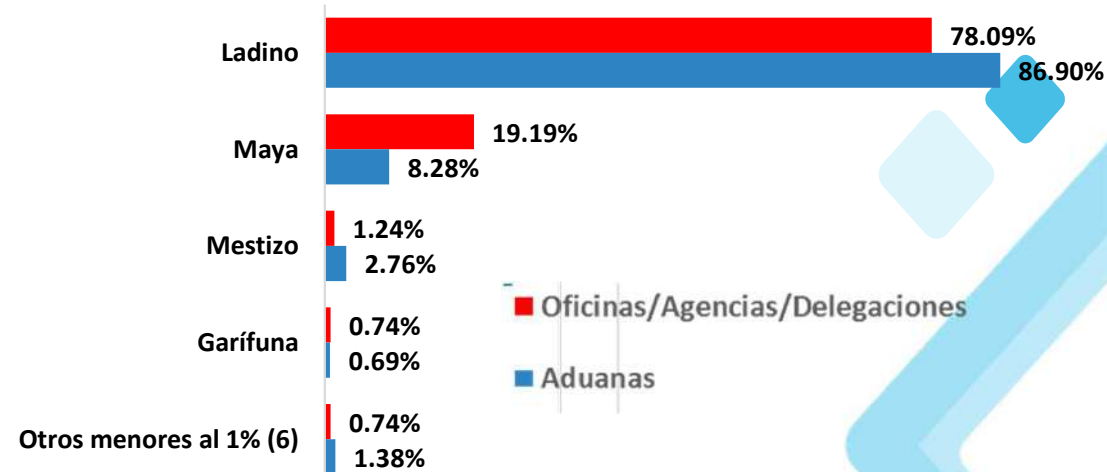
<b>Agencias/Oficinas/Delegaciones</b>	<b>1,214</b>
<b>Aduanas</b>	<b>145</b>

# Perfil del entrevistado

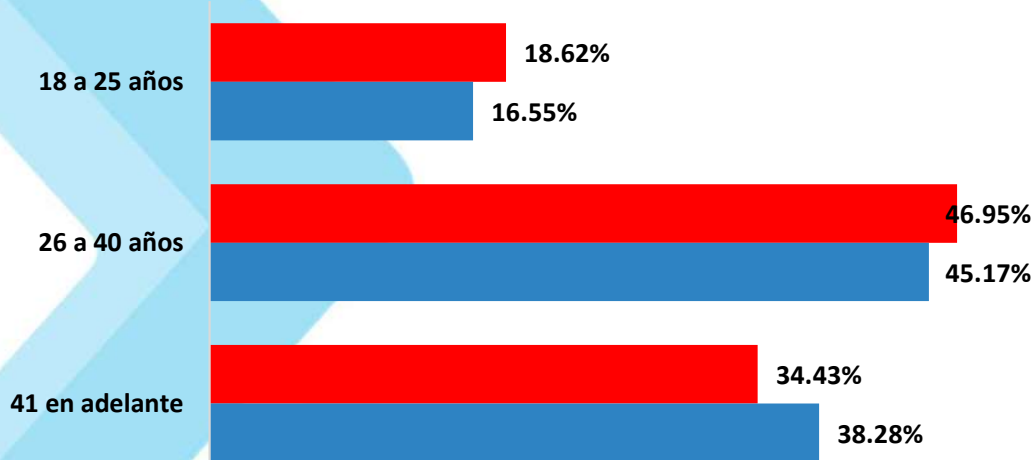
## Género



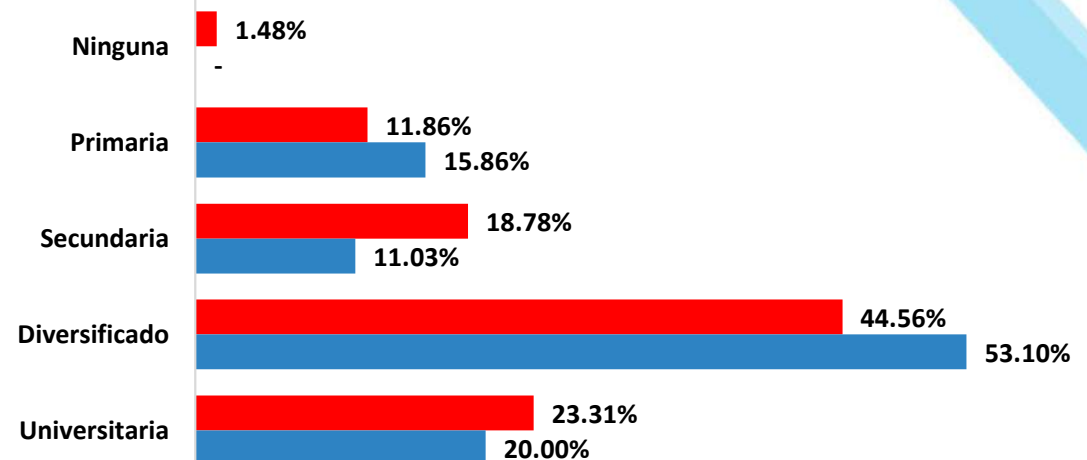
## ¿Cuál es la etnia con la que se identifica?



## Edad agrupada

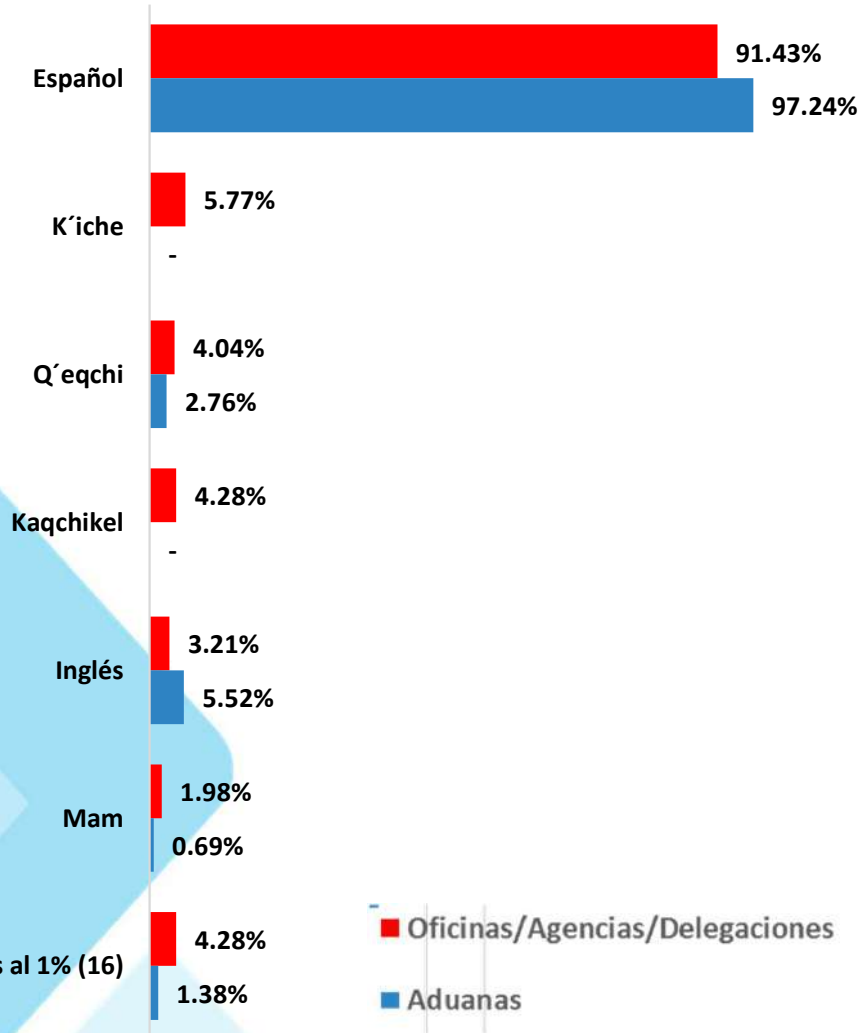


## Escolaridad

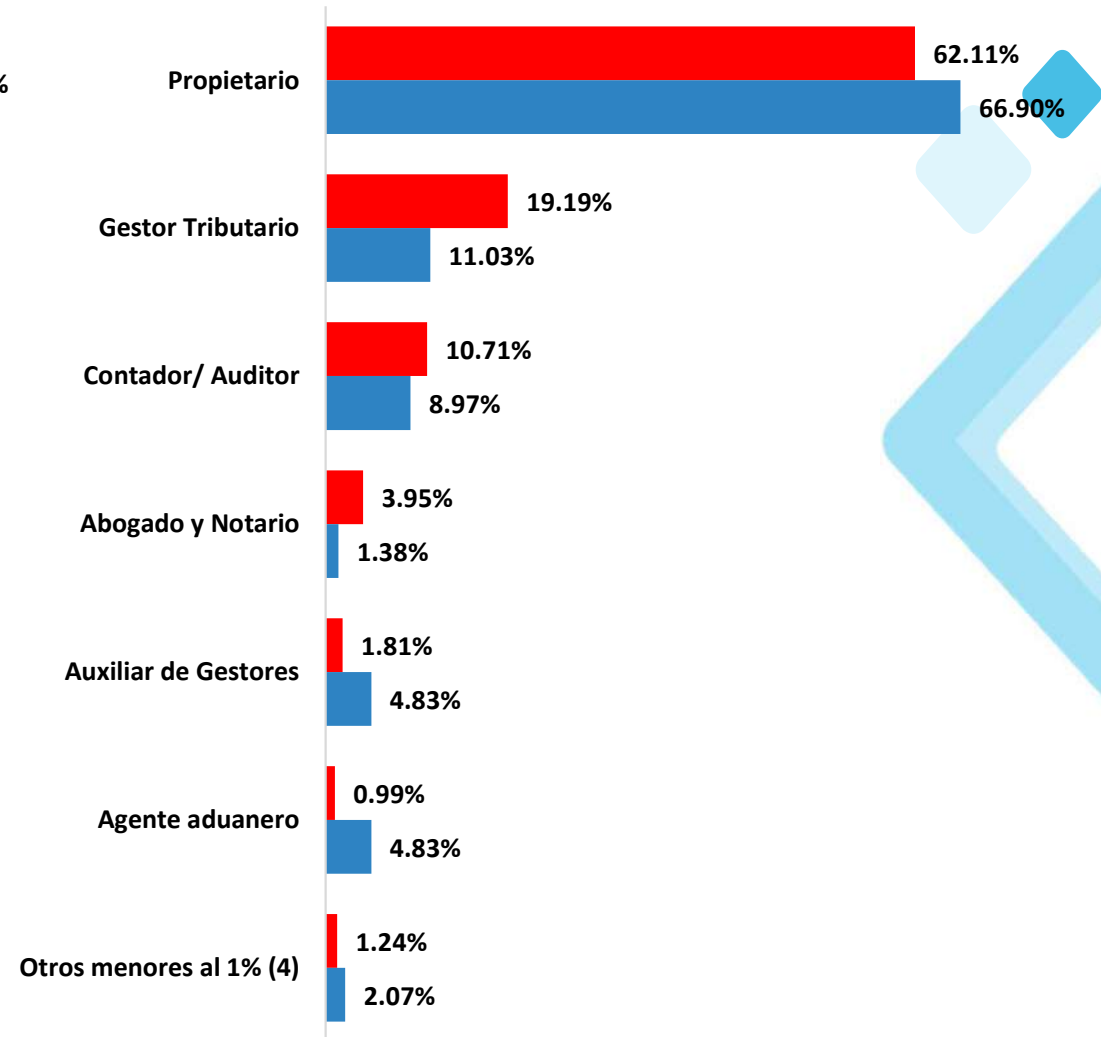


# Perfil del entrevistado

## Idioma (s) que habla



## Calidad de personería con la que actuó para realizar su trámite o gestión tributaria

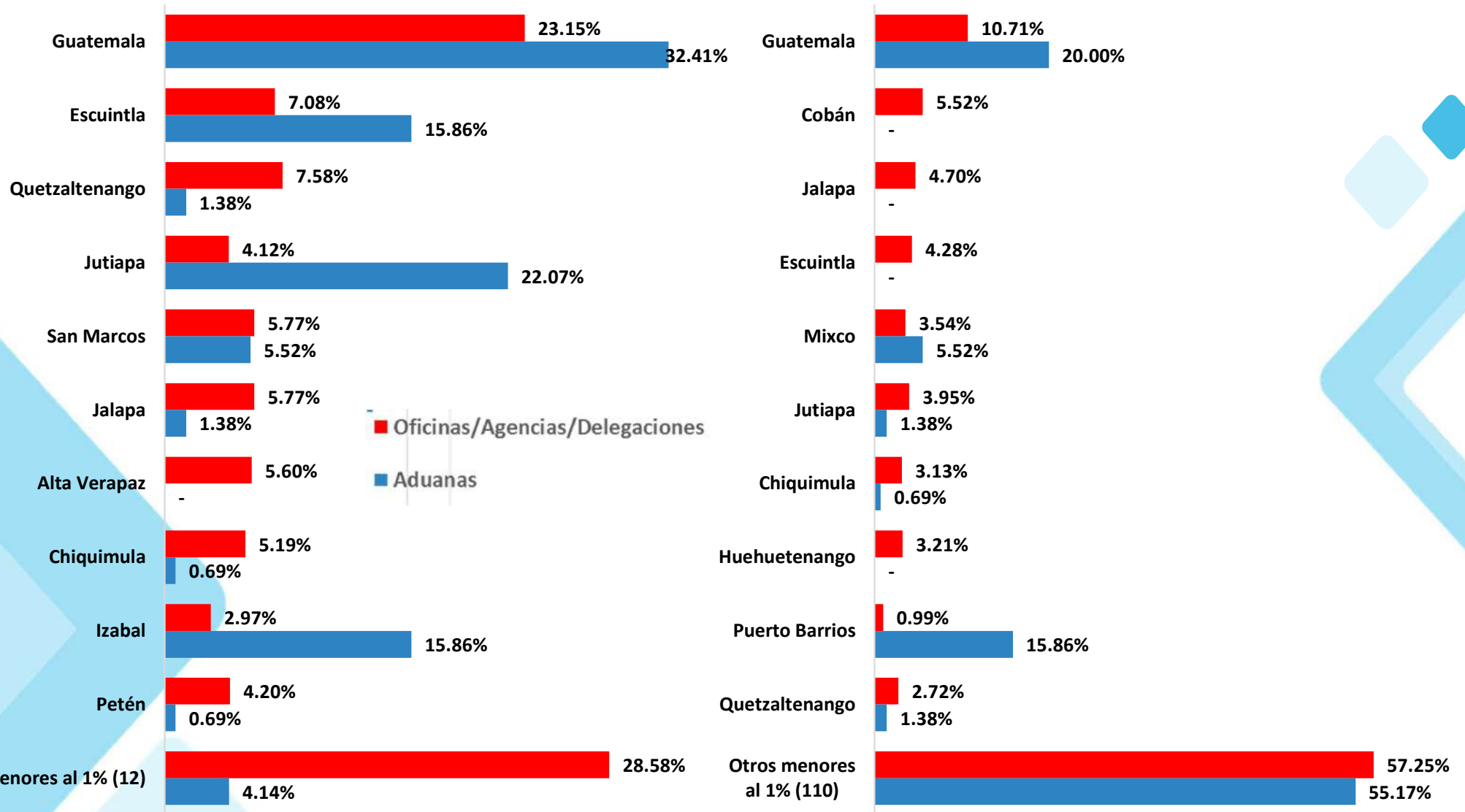




# Perfil del entrevistado

Departamento

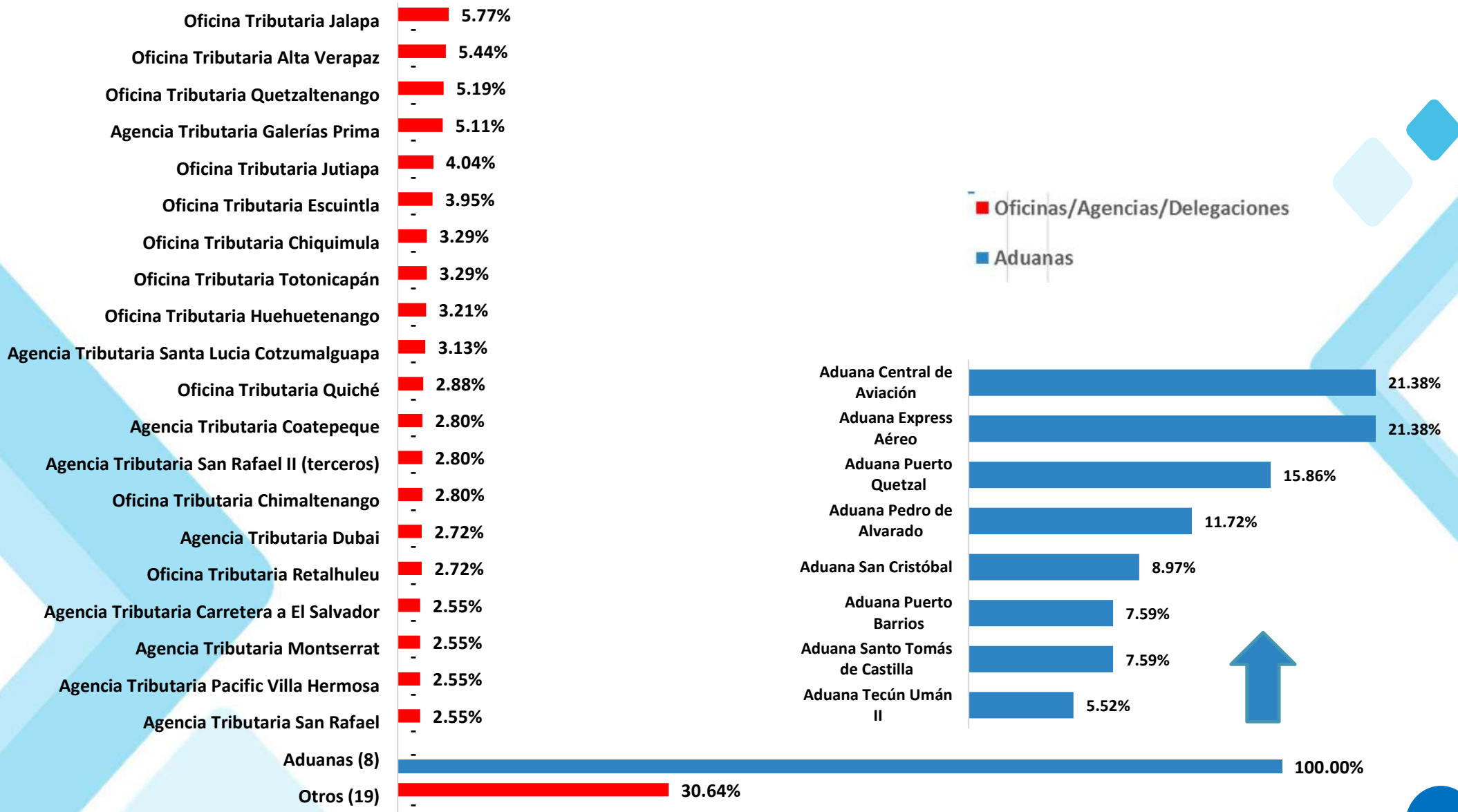
Municipio





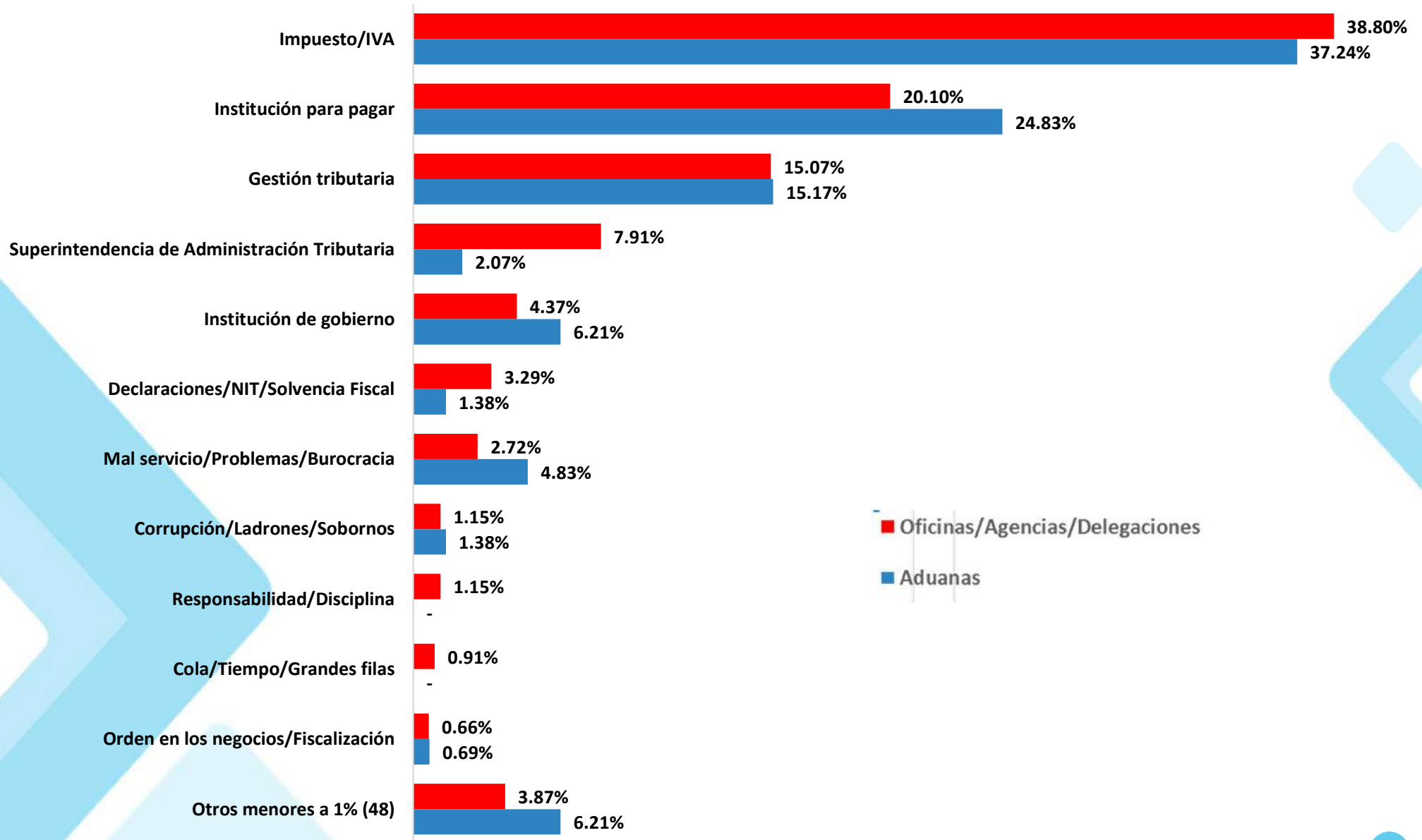
# Perfil del entrevistado

## Nombre del punto de servicio investigado



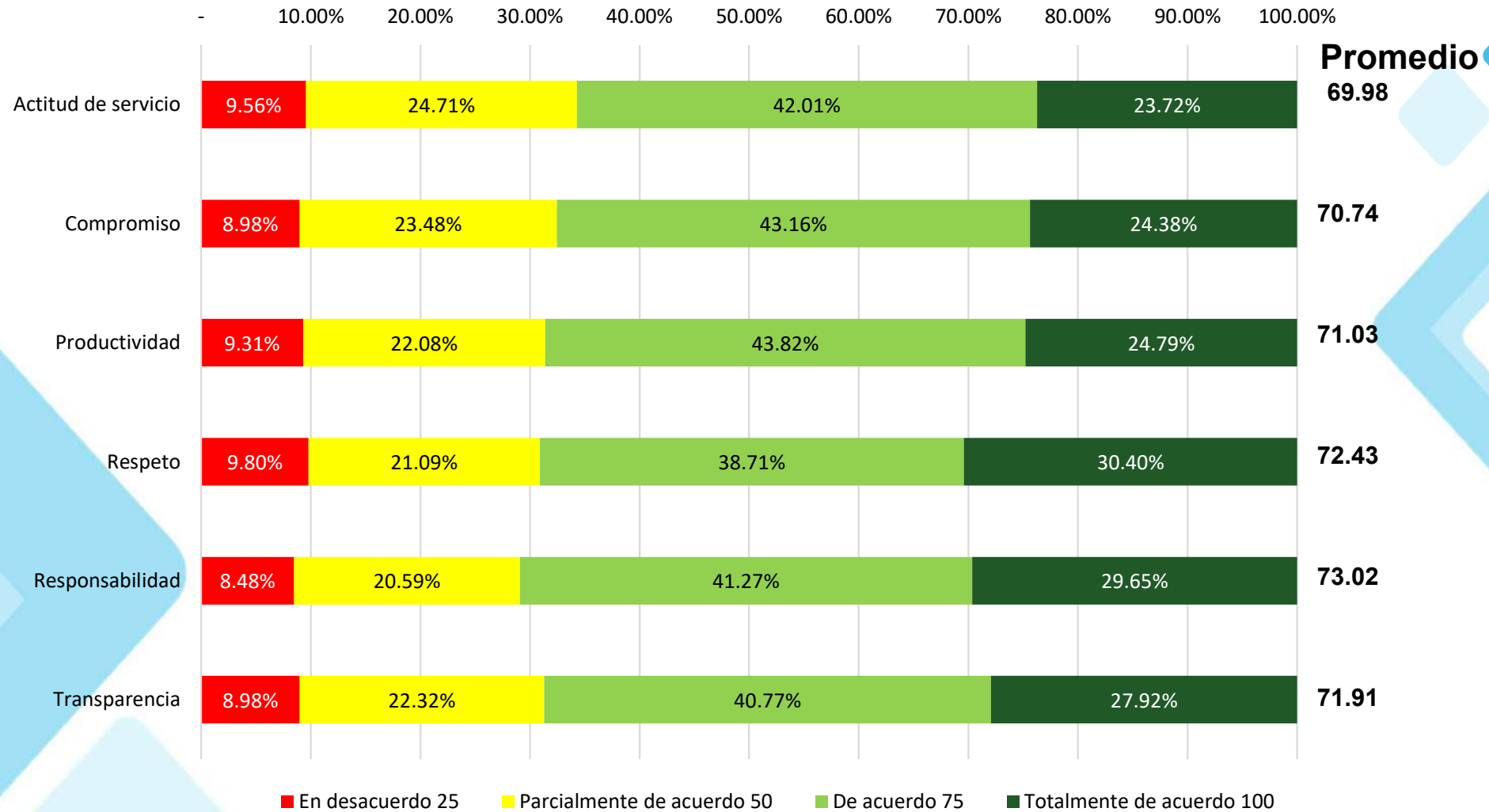
# Percepción e Imagen Institucional

## ¿Qué es lo que piensa cuando escucha el nombre SAT?



# Percepción e Imagen Institucional

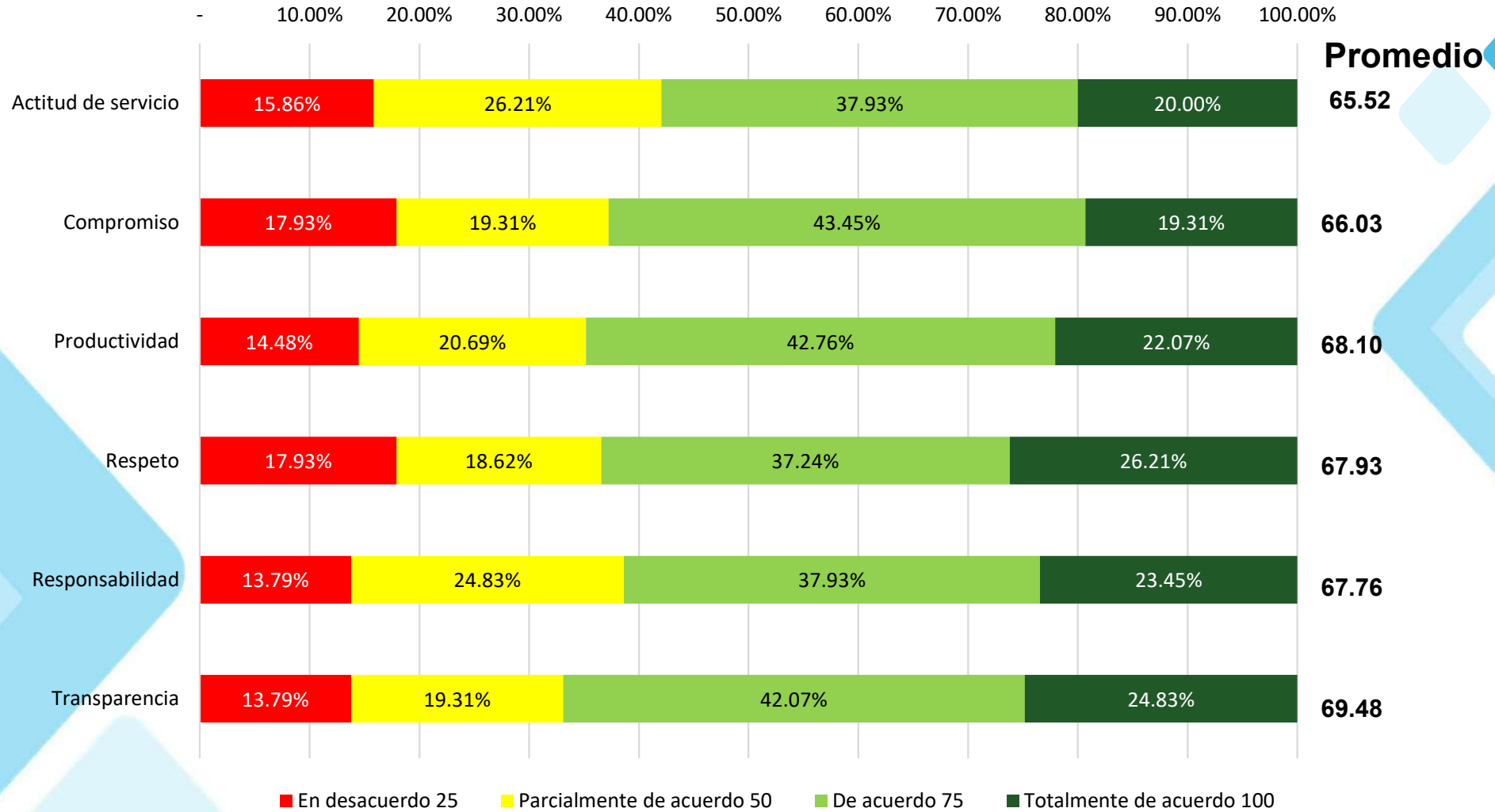
¿Cómo calificaría usted los Valores Institucionales de la SAT?  
Oficinas/Agencias/Delegaciones



■ En desacuerdo 25 ■ Parcialmente de acuerdo 50 ■ De acuerdo 75 ■ Totalmente de acuerdo 100

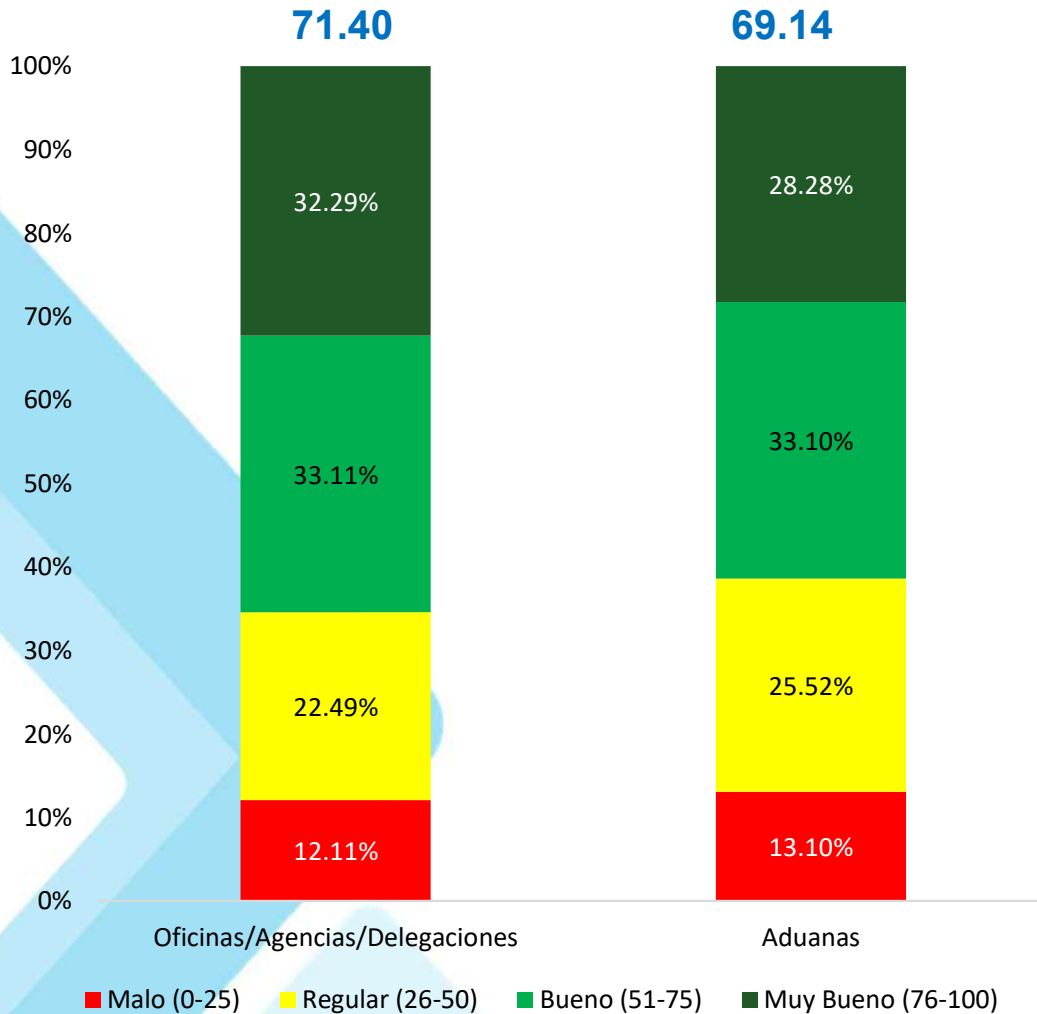
# Percepción e Imagen Institucional

## ¿Cómo calificaría usted los Valores Institucionales de la SAT Aduanas

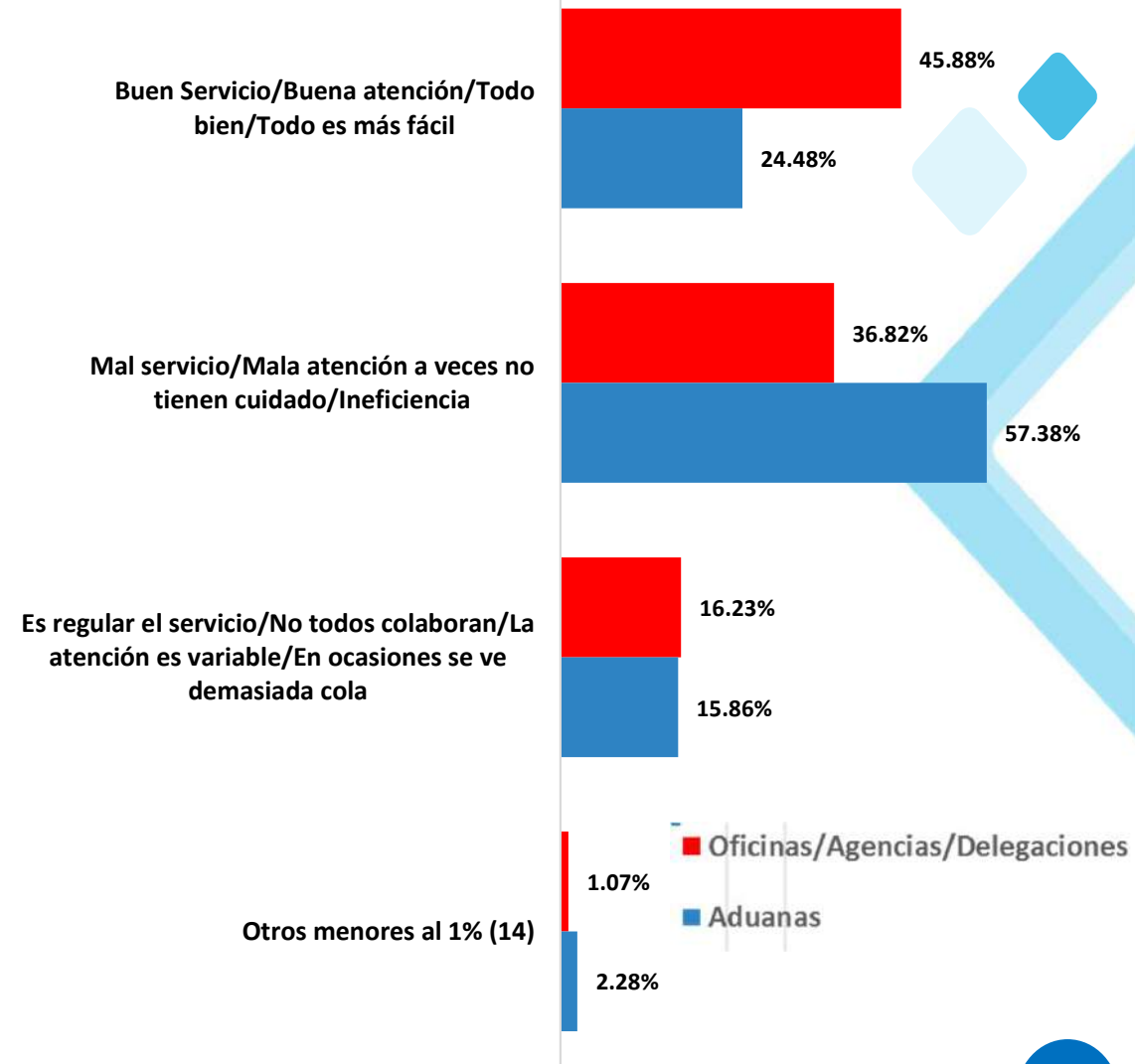


# Percepción e Imagen Institucional

A nivel general, ¿cómo calificaría el servicio que SAT presta a los contribuyentes y usuarios?

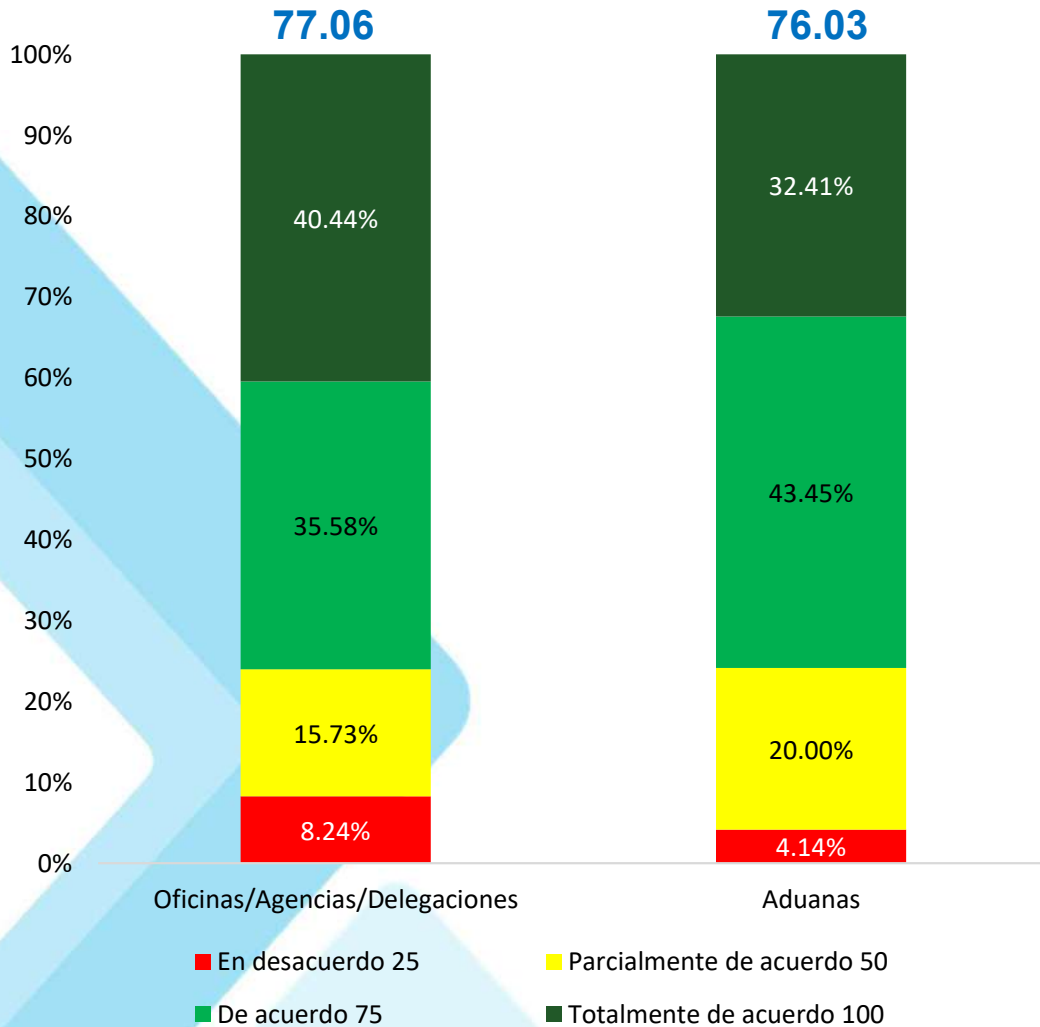


¿Por qué motivo le da esa calificación?

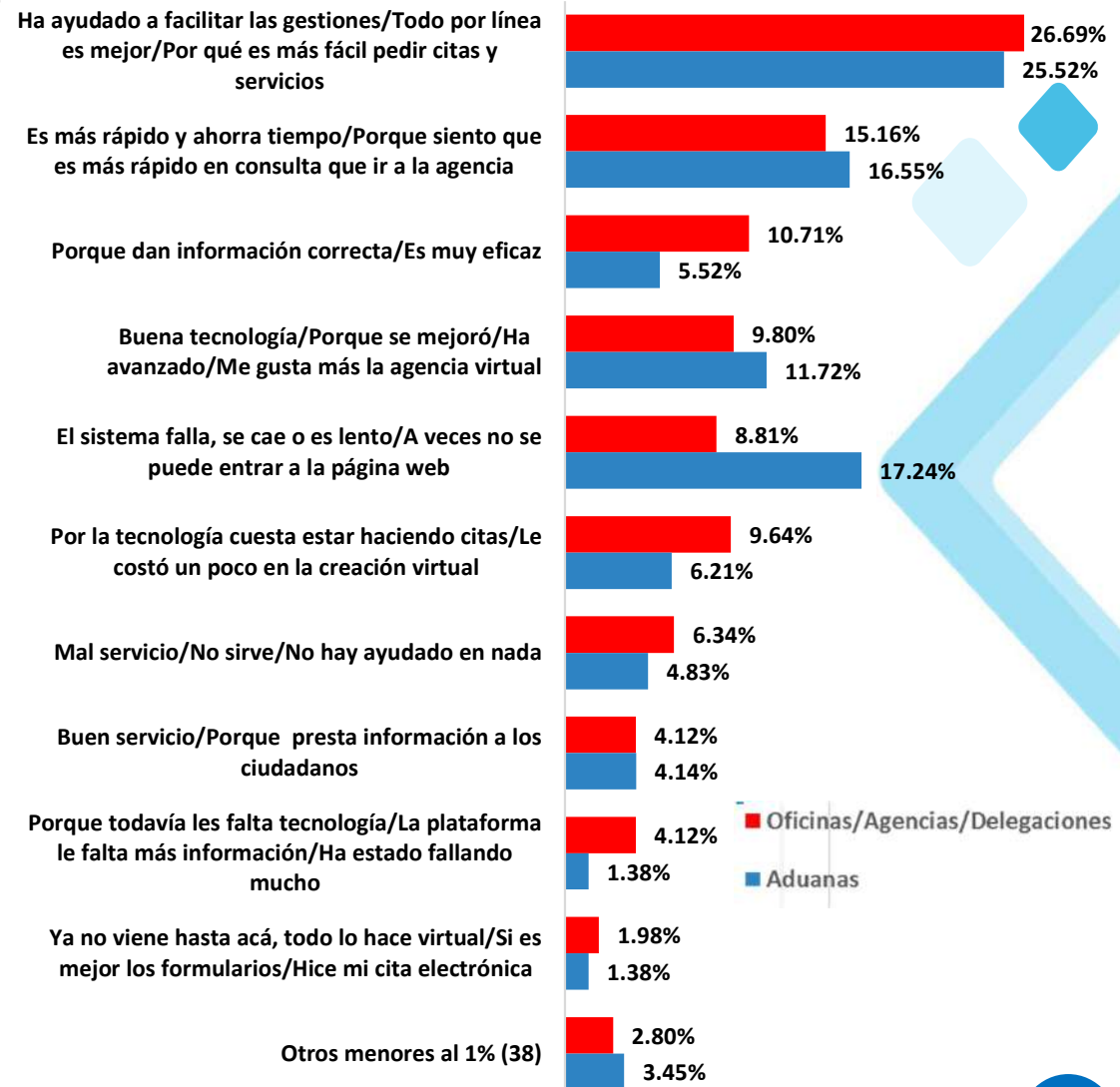


# Percepción e Imagen Institucional

¿Qué calificación le daría a la afirmación: La tecnología de información y comunicación me facilitó el uso de los servicios de la SAT?

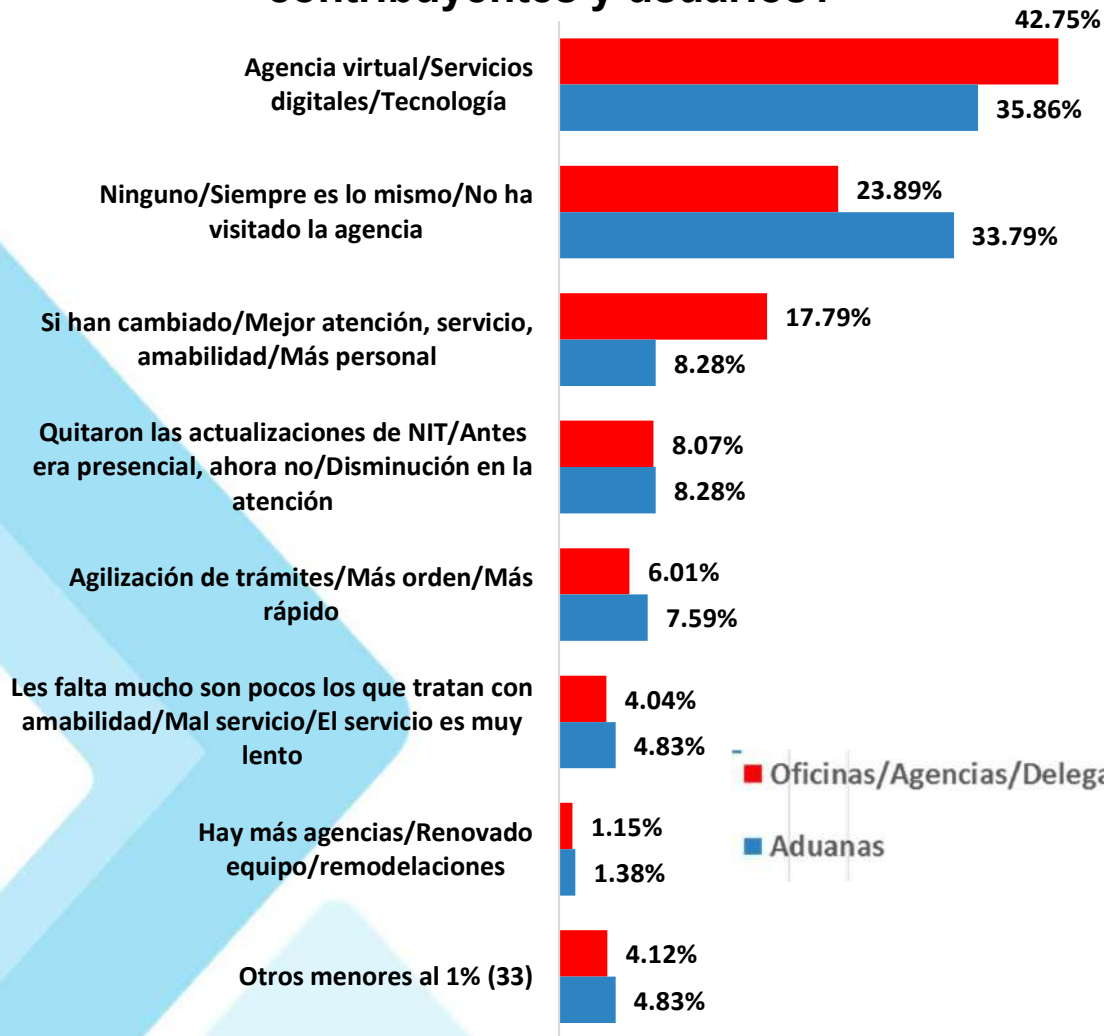


¿Por qué motivo le da esa calificación?

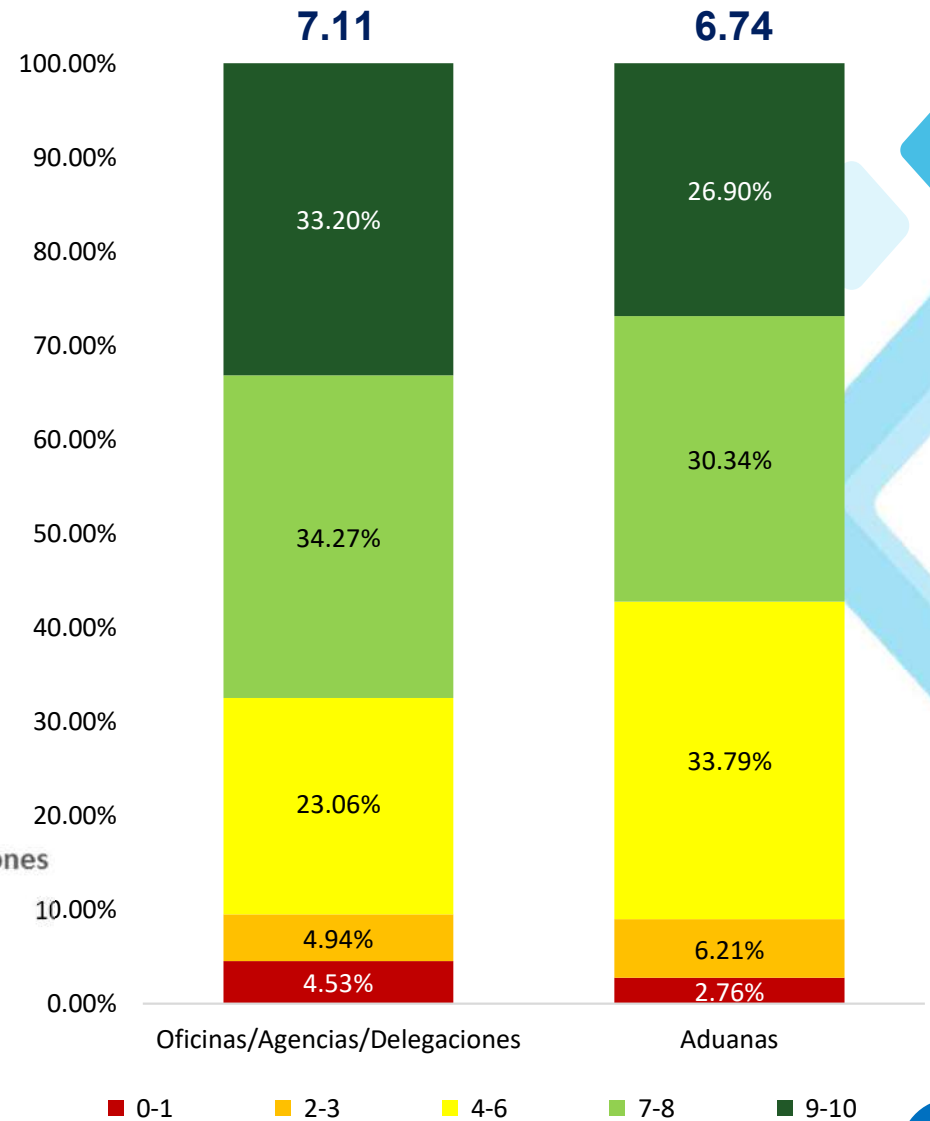


# Percepción e Imagen Institucional

En los últimos dos años ¿Qué cambios ha percibido en los **SERVICIOS** que la SAT brinda a los contribuyentes y usuarios?



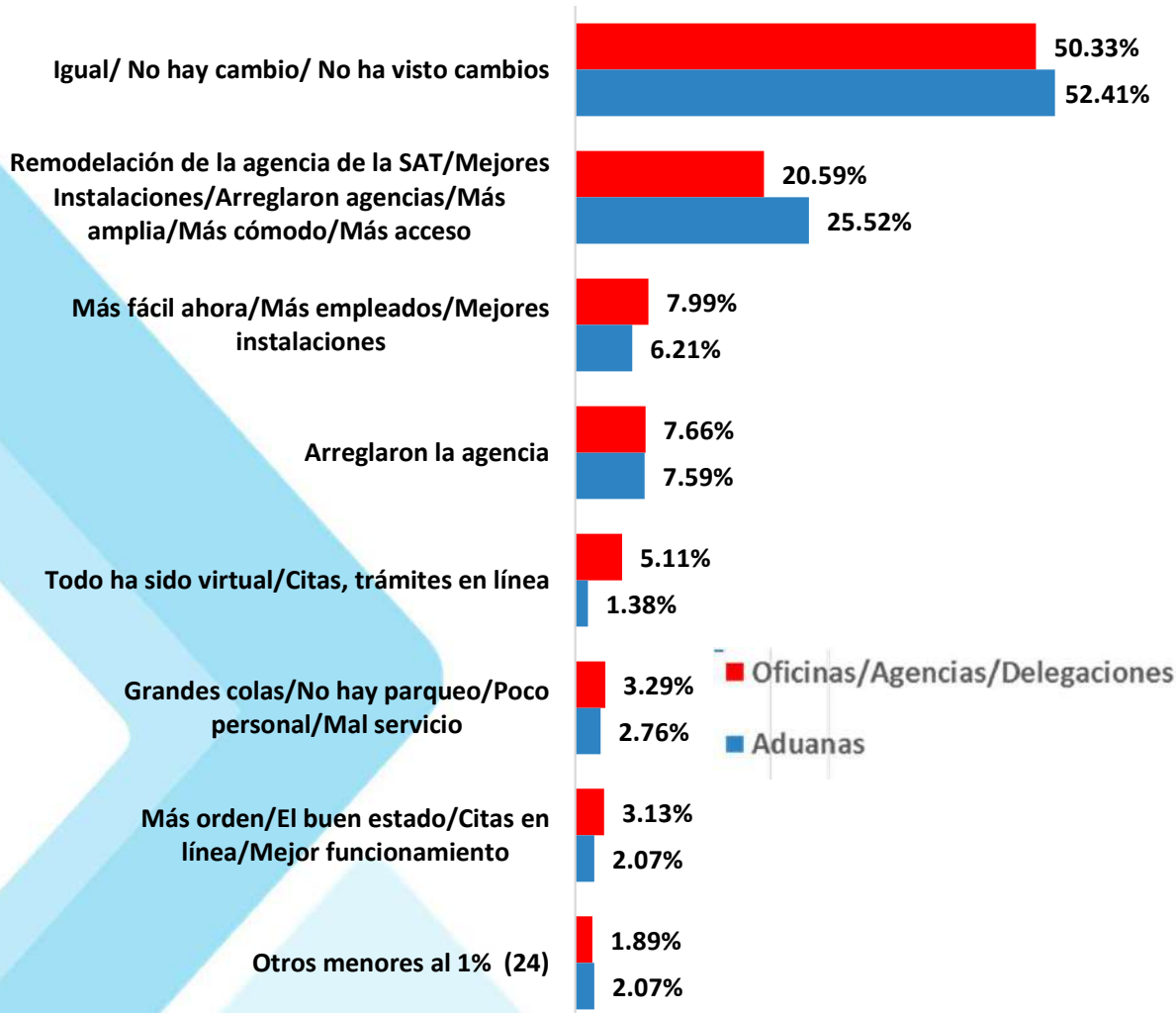
¿Qué calificación les daría a esos cambios?



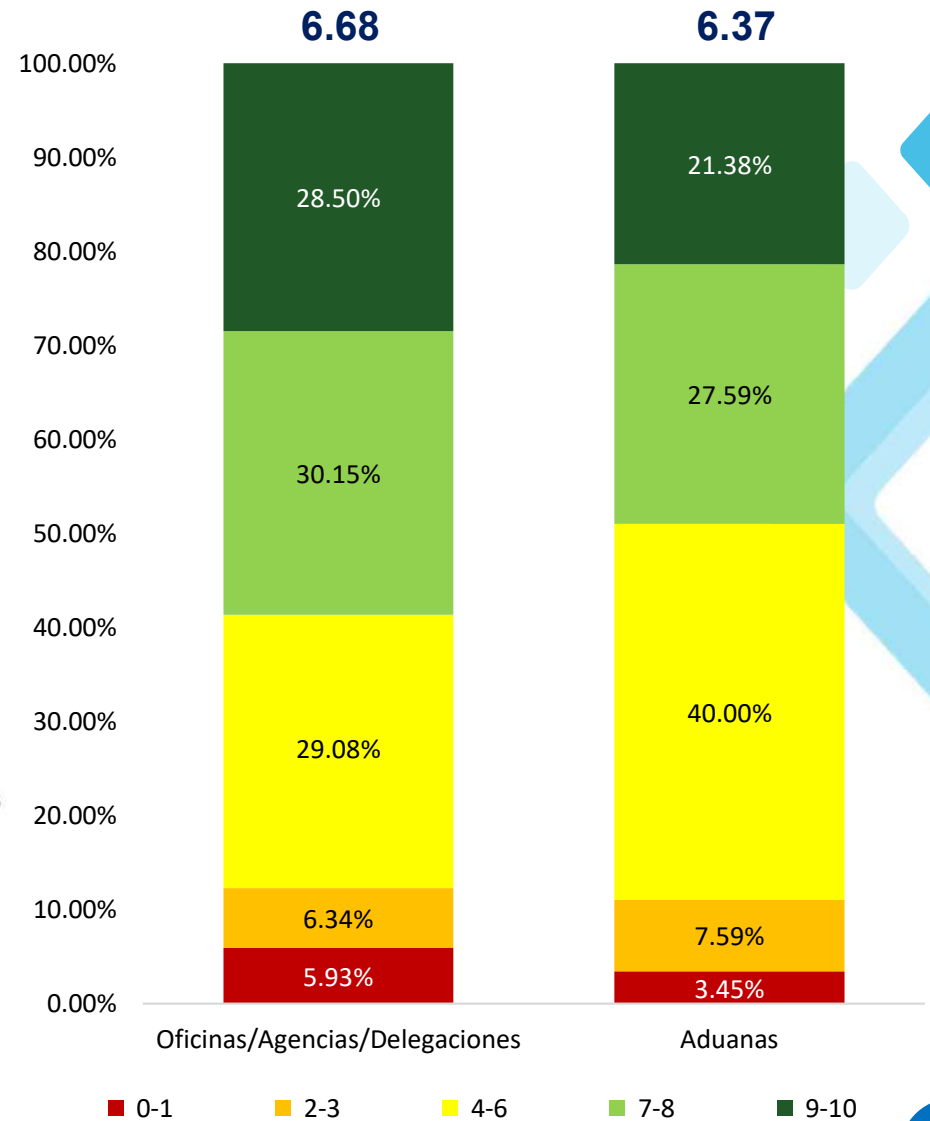


# Percepción e Imagen Institucional

En los últimos dos años ¿Qué cambios ha percibido en LAS INSTALACIONES que la SAT brinda a los contribuyentes y usuarios?



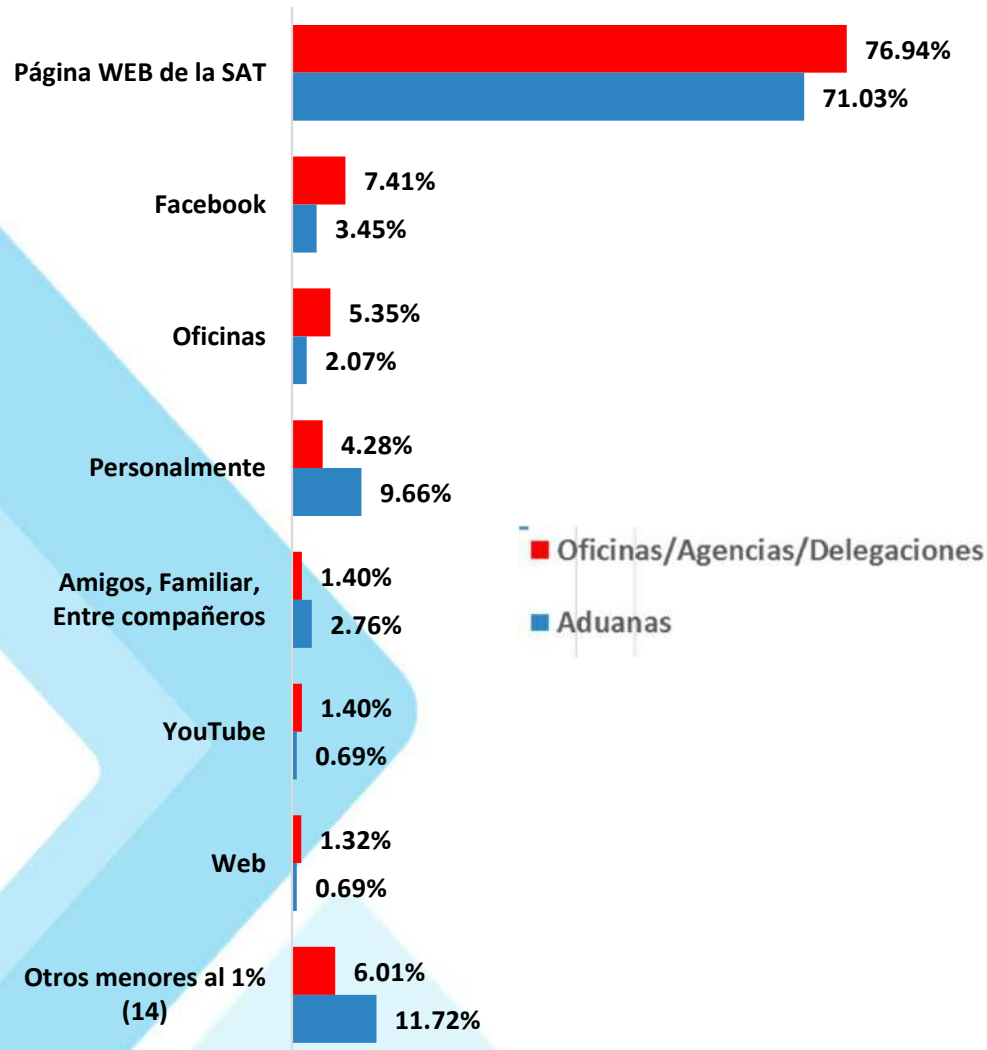
¿Qué calificación les daría a esos cambios?



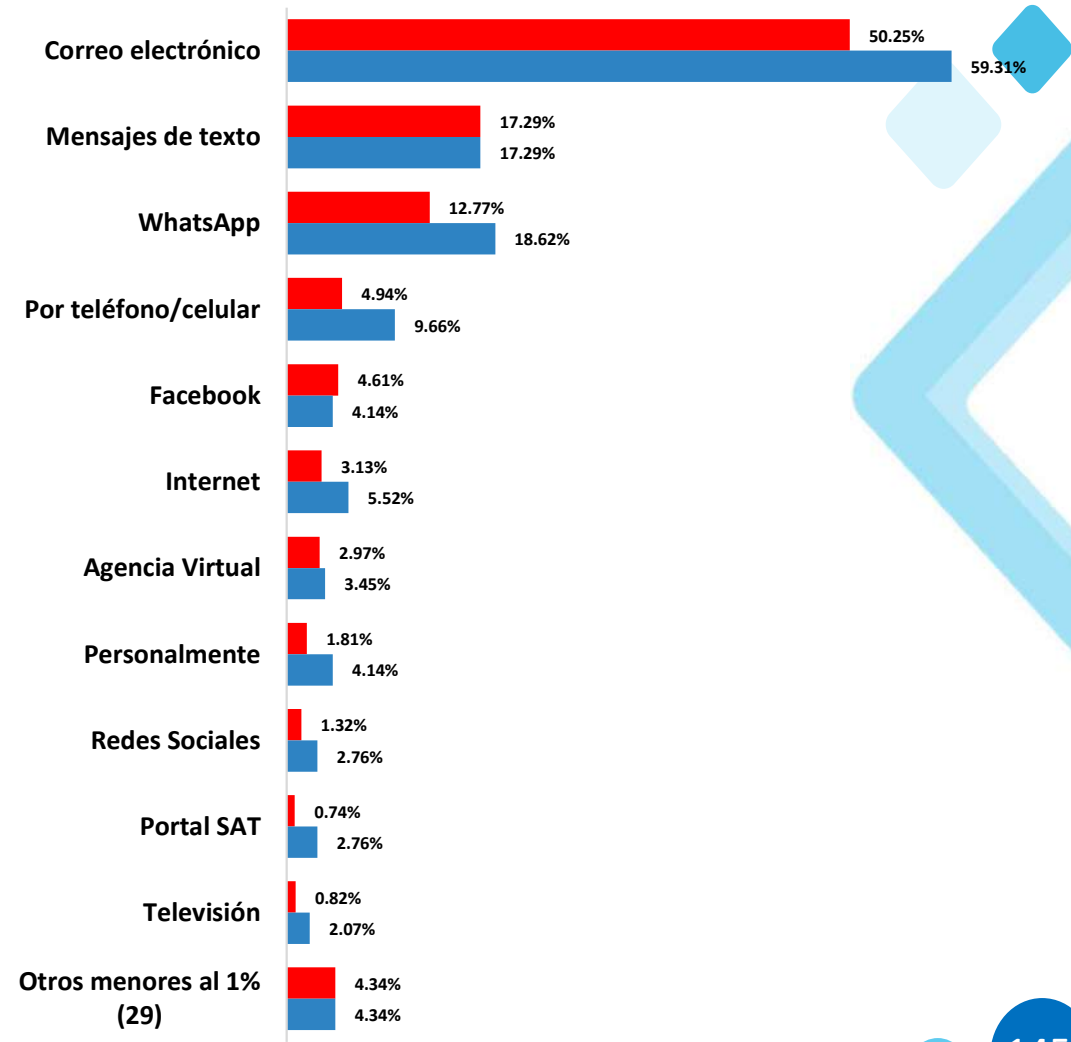


# Medios de comunicación

Cuando necesita información de cómo hacer un trámite en la SAT, ¿En dónde consulta?



¿Por qué medio le gustaría recibir información sobre el pago de impuestos?





# 5. Resumen de indicadores

# Indicadores

50.00	-	59.99
60.00	-	69.99
70.00	-	79.99
80.00	-	90.00

		Base	Promedio	Actitud de servicio	Compromiso	Productividad	Respeto	Responsabilidad	Transparencia	Servicios a nivel general	Tecnología de información y comunicación
	Total	1,359	71.83	69.50	70.24	70.71	71.95	72.46	71.65	71.16	76.95
Género	Hombres	841	72.86	70.10	71.43	71.76	73.07	73.60	72.53	71.94	78.42
	Mujeres	518	70.16	68.53	68.29	69.02	70.13	70.61	70.22	69.88	74.57
Rango de Edad	18-25 años	250	74.25	71.40	70.80	72.80	75.50	75.70	75.00	72.80	80.00
	26-40 años	654	72.12	70.03	70.76	71.06	72.02	72.86	71.64	72.36	76.26
	41 en adelante	455	70.07	67.69	69.18	69.07	69.89	70.11	69.84	68.52	76.26
Nivel Académico	Ninguna	18	71.35	68.06	72.22	73.61	69.44	72.22	66.67	70.83	77.78
	Primaria	167	77.13	74.10	77.10	76.50	78.89	79.04	77.69	70.06	83.68
	Secundaria	244	71.26	69.36	71.21	71.00	72.34	72.13	69.88	67.62	76.54
	Diversificado	618	71.19	69.01	68.57	69.34	71.12	71.89	71.52	72.17	75.93
	Universitaria	312	70.71	68.19	68.99	69.95	69.71	70.35	70.35	72.52	75.64
Idioma	Español	1,251	72.10	69.58	70.54	70.84	72.30	72.82	71.92	71.50	77.28
	K'iche	70	69.91	66.79	66.07	67.14	67.50	68.57	67.86	73.21	82.14
	Q'eqchi	53	74.76	70.75	72.64	71.23	75.94	74.53	77.30	75.94	79.72
	Kaqchikel	52	56.07	56.73	54.81	55.77	50.96	56.25	55.77	58.65	59.62
	Otros	126	71.28	68.06	68.06	71.63	71.83	71.23	71.43	70.44	77.58
Región	Central	404	65.61	65.10	63.99	64.23	66.71	66.27	65.53	67.08	65.97
	Nororiente	360	72.97	70.76	72.43	73.54	75.42	75.63	73.47	65.69	76.81
	Occidente	328	72.97	70.58	71.19	70.73	70.05	71.80	70.81	73.17	85.44
	Sur	267	78.29	73.13	75.56	76.69	77.53	78.37	79.49	82.21	83.33
Calidad con la que actúa	Propietario	851	72.14	69.36	70.48	70.98	72.86	73.12	71.83	72.56	75.91
	Gestor Tributario	249	71.98	71.08	71.69	72.29	71.99	73.19	71.59	62.55	81.43
	Contador/Auditor	143	70.98	69.06	67.48	67.13	67.83	69.76	72.03	77.27	77.27
	Abogado y Notario	50	74.31	71.50	72.00	73.00	75.50	73.50	74.50	78.00	76.50
	Otros	66	67.41	66.29	66.29	67.42	66.29	66.29	66.67	67.05	73.00
Etnia	Ladino	1,074	73.01	70.55	71.51	72.23	73.70	74.07	73.07	71.51	77.44
	Maya	245	66.95	65.20	65.51	64.59	64.90	65.71	66.12	69.08	74.49
	Mestizo	19	67.11	61.84	61.84	67.11	63.16	69.74	63.16	72.37	77.63
	Garífuna	10	75.63	72.50	72.50	72.50	72.50	72.50	70.00	82.50	90.00
	Otros	11	69.60	72.73	63.64	63.64	72.73	70.45	72.73	70.45	70.45
Servicios	Agencias/Oficinas/Delegaciones	1,214	72.19	69.98	70.74	71.03	72.43	73.02	71.91	71.40	77.06
	Aduanas	145	68.75	65.52	66.03	68.10	67.93	67.76	69.48	69.14	76.03

# Valores Institucionales

50.00	-	59.99
60.00	-	69.99
70.00	-	79.99

		Base	Promedio	Actitud de servicio	Compromiso	Productividad	Respeto	Responsabilidad	Transparencia
	Total	1,359	71.09	69.50	70.24	70.71	71.95	72.46	71.65
Género	Hombres	841	72.08	70.10	71.43	71.76	73.07	73.60	72.53
	Mujeres	518	69.47	68.53	68.29	69.02	70.13	70.61	70.22
Rango de Edad	18-25 años	250	73.53	71.40	70.80	72.80	75.50	75.70	75.00
	26-40 años	654	71.40	70.03	70.76	71.06	72.02	72.86	71.64
	41 en adelante	455	69.30	67.69	69.18	69.07	69.89	70.11	69.84
Nivel Académico	Ninguna	18	70.37	68.06	72.22	73.61	69.44	72.22	66.67
	Primaria	167	77.22	74.10	77.10	76.50	78.89	79.04	77.69
	Secundaria	244	70.99	69.36	71.21	71.00	72.34	72.13	69.88
	Diversificado	618	70.24	69.01	68.57	69.34	71.12	71.89	71.52
	Universitaria	312	69.59	68.19	68.99	69.95	69.71	70.35	70.35
Idioma	Español	1,251	71.33	69.58	70.54	70.84	72.30	72.82	71.92
	K'iche	70	67.32	66.79	66.07	67.14	67.50	68.57	67.86
	Q'eqchi	53	73.73	70.75	72.64	71.23	75.94	74.53	77.30
	Kaqchikel	52	55.05	56.73	54.81	55.77	50.96	56.25	55.77
	Otros	126	70.37	68.06	68.06	71.63	71.83	71.23	71.43
Región	Central	404	65.31	65.10	63.99	64.23	66.71	66.27	65.53
	Nororiente	360	73.54	70.76	72.43	73.54	75.42	75.63	73.47
	Occidente	328	70.86	70.58	71.19	70.73	70.05	71.80	70.81
	Sur	267	76.80	73.13	75.56	76.69	77.53	78.37	79.49
Calidad con la que actúa	Propietario	851	71.44	69.36	70.48	70.98	72.86	73.12	71.83
	Gestor Tributario	249	71.97	71.08	71.69	72.29	71.99	73.19	71.59
	Contador/Auditor	143	68.88	69.06	67.48	67.13	67.83	69.76	72.03
	Abogado y Notario	50	73.33	71.50	72.00	73.00	75.50	73.50	74.50
	Otros	66	66.54	66.29	66.29	67.42	66.29	66.29	66.67
Etnia	Ladino	1,074	72.52	70.55	71.51	72.23	73.70	74.07	73.07
	Maya	245	65.34	65.20	65.51	64.59	64.90	65.71	66.12
	Mestizo	19	64.48	61.84	61.84	67.11	63.16	69.74	63.16
	Garífuna	10	72.08	72.50	72.50	72.50	72.50	72.50	70.00
	Otros	11	69.32	72.73	63.64	63.64	72.73	70.45	72.73
Servicios	Agencias/Oficinas/Delegaciones	1,214	71.52	69.98	70.74	71.03	72.43	73.02	71.91
	Aduanas	145	67.47	65.52	66.03	68.10	67.93	67.76	69.48

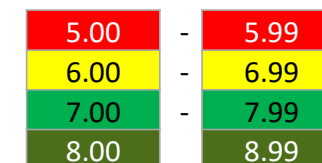
# Calificación al Servicio a nivel general y a la Tecnología de Información y Comunicación

50.00	-	59.99
60.00	-	69.99
70.00	-	79.99
80.00	-	90.00

		Base	Promedio	Servicios a nivel general	Tecnología de información y comunicación
	Total	1,359	74.06	71.16	76.95
Género	Hombres	841	75.18	71.94	78.42
	Mujeres	518	72.23	69.88	74.57
Rango de Edad	18-25 años	250	76.40	72.80	80.00
	26-40 años	654	74.31	72.36	76.26
	41 en adelante	455	72.39	68.52	76.26
Nivel Académico	Ninguna	18	74.31	70.83	77.78
	Primaria	167	76.87	70.06	83.68
	Secundaria	244	72.08	67.62	76.54
	Diversificado	618	74.05	72.17	75.93
	Universitaria	312	74.08	72.52	75.64
Idioma	Español	1,251	74.39	71.50	77.28
	K'iche	70	77.68	73.21	82.14
	Q'eqchi	53	77.83	75.94	79.72
	Kaqchikel	52	59.14	58.65	59.62
	Otros	126	74.01	70.44	77.58
Región	Central	404	66.53	67.08	65.97
	Nororiente	360	71.25	65.69	76.81
	Occidente	328	79.31	73.17	85.44
	Sur	267	82.77	82.21	83.33
Calidad con la que actúa	Propietario	851	74.24	72.56	75.91
	Gestor Tributario	249	71.99	62.55	81.43
	Contador/Auditor	143	77.27	77.27	77.27
	Abogado y Notario	50	77.25	78.00	76.50
	Otros	66	70.03	67.05	73.00
Etnia	Ladino	1,074	74.48	71.51	77.44
	Maya	245	71.79	69.08	74.49
	Mestizo	19	75.00	72.37	77.63
	Garífuna	10	86.25	82.50	90.00
	Otros	11	70.45	70.45	70.45
Servicios	Agencias/Oficinas/Delegaciones	1,214	74.23	71.40	77.06
	Aduanas	145	72.59	69.14	76.03

# Cambios percibidos en los últimos dos años, Servicio e Instalaciones

		Base	Promedio	Servicios últimos 2 años	Instalaciones últimos 2 años
	Total	1,359	6.86	7.07	6.64
Género	Hombres	841	6.88	7.11	6.65
	Mujeres	518	6.82	7.01	6.63
Rango de Edad	18-25 años	250	7.30	7.50	7.09
	26-40 años	654	6.85	7.07	6.63
	41 en adelante	455	6.62	6.83	6.41
Nivel Académico	Ninguna	18	6.61	6.78	6.44
	Primaria	167	6.97	7.15	6.78
	Secundaria	244	6.67	6.75	6.58
	Diversificado	618	6.90	7.07	6.72
	Universitaria	312	6.90	7.29	6.50
Idioma	Español	1,251	6.87	7.08	6.66
	K'iche	70	6.75	7.06	6.43
	Q'eqchi	53	6.74	7.26	6.21
	Kaqchikel	52	5.20	5.23	5.17
	Otros	126	7.05	7.33	6.76
Región	Central	404	6.59	6.75	6.43
	Nororiente	360	6.92	7.10	6.73
	Occidente	328	6.21	6.48	5.93
	Sur	267	7.99	8.24	7.73
Calidad con la que actúa	Propietario	851	6.93	7.19	6.67
	Gestor Tributario	249	6.51	6.61	6.40
	Contador/Auditor	143	6.89	7.10	6.68
	Abogado y Notario	50	7.77	8.06	7.48
	Otros	66	6.51	6.45	6.56
Etnia	Ladino	1,074	6.95	7.16	6.73
	Maya	245	6.44	6.66	6.21
	Mestizo	19	6.66	6.79	6.53
	Garífuna	10	7.60	7.90	7.30
	Otros	11	7.41	7.45	7.36
Servicios	Agencias/Oficinas/Delegaciones	1,214	6.89	7.11	6.68
	Aduanas	145	6.56	6.74	6.37





# 6. Análisis





# Total General

## Perfil del entrevistado

La proporción por género de entrevistado resultante fue de un 61.88% masculino y un 38.12% Femenino.

El 79.03% de los entrevistados se identificaron como Ladinos, constituyéndose en el grupo dominante, seguido por los considerados Mayas, con una participación del 18.03%.

El grupo de edad más recurrente fue el de 26 - 40 años (48.12%), seguido por el grupo de 41 años y más (33.48%) y los de 18 -25 años (18.40%).

El 45.47% de los entrevistados han alcanzado el nivel diversificado, siendo éste predominante de manera significativa sobre el nivel universitario (22.96%) y el nivel secundario (17.95%).

El 92.05% de los entrevistados reportaron hablar el idioma español, independientemente de su etnia, siendo los idiomas K'iche (5.15%), Q'eqchi, (3.90%) Kaqchikel (3.83%) e inglés (3.46%) los más mencionados-

El 62.62% de los entrevistados actuó en calidad de Propietario de su empresa, automóvil u otro bien por el cual realiza alguna gestión, significativamente mayor en proporción a los Gestores Tributarios (18.32%) o los Contadores/Audidores (10.52%) por mencionar los más recurrentes.

La distribución de la muestra está representada por un 24.14% de población en el Departamento de Guatemala, Escuintla (8.02%), Quetzaltenango (6.92%), Jutiapa (6.03%), San Marcos (5.74%) y Jalapa (5.30%), por enumerar los cinco principales.

El Municipio con mayor participación fue Guatemala (11.70%), seguido por Cobán (4.93%); Jalapa (4.19%); Escuintla (3.83%); Mixco (3.75%) y Jutiapa (3.68%), por mencionar los principales.

## Percepción e Imagen Institucional

El primer pensamiento que viene a la mente cuando se menciona el nombre SAT, es la asociación "Impuesto/IVA" de acuerdo al 38.63% de los entrevistados, quienes lo relacionan con el impuesto más que con la gestión. Un 20.60% lo relaciona con una "Institución para pagar", mientras que para el 15.08% representa "Gestión tributaria". Entre otras mencionan el nombre no abreviado "Superintendencia de Administración Tributaria" (7.28%) o lo relacionan simplemente con una "Institución del Gobierno" (4.56%) entre otras.



# Total General

Las calificaciones de los diferentes valores presentados tienden a clasificarse en la categoría "De Acuerdo 75 puntos", siendo mayoría en todos y cada uno de ellos. Se registran mejores calificaciones en los valores de "Responsabilidad" (72.46), "Respeto" (71.95) y "Transparencia" (71.65), no mostrando diferencias estadísticamente significativas ante los restantes mencionados.

**El promedio general ubica un puntaje de 71.16 que significa "Bueno" en cuanto al servicio que la SAT presta a los contribuyentes y usuarios.**

El motivo de esa calificación fue que el 43.75% de los entrevistados razonan su respuesta por el hecho de haber recibido un "Buen servicio" dadas las facilidades y la buena atención de quienes les han atendido. Aquellos que no están satisfechos con el servicio representan un 39.01% de los entrevistados, reportando ineficiencias en el servicio derivadas del descuido o una mala atención. Para el 16.19% el servicio lo califican como "Regular" dado que varía mucho entre los tiempos de hacer colas, o el carácter de quienes les atienden.

La calificación promedio al aspecto de tecnología de información y comunicación como facilitadores en el uso de los servicios de la SAT es de 76.95 puntos, lo cual lo ubica en una muy buena posición en donde el 26.56% lo ha sentido más fácil; un 15.31% considera que es más rápido y ahorra tiempo; un 10.15% considera que la información es correcta/ eficaz, y un 10.01% considera que es buena tecnología, muy avanzada. Algunas respuestas negativas hablan de las fallas del sistema, su lentitud o el difícil acceso a la página web (9.71%) o la dificultad misma que ellos tienen por desconocimiento en el uso de la tecnología (9.27%).

Los mayores cambios percibidos durante los últimos dos años se enfocan principalmente en los aspectos tecnológicos como la Agencia Virtual y los Servicios Digitales en el 42.02% de los casos; y un mejor servicio y un personal más amable para el 16.78%. Un 24.94% de los entrevistados no ha notado algún cambio significativo.

La calificación a los cambios visibles asciende a 7.07 de 10 puntos, tomando en cuenta que algunos mencionaron cambios negativos.

En cuanto a instalaciones, el 50.55% de los entrevistados no ha notado algún cambio significativo. Un 21.27% se refirió a las remodelaciones en las agencias y un 7.80% se refirió a el aumento de empleados, mejores instalaciones y la facilidad para realizar sus trámites.

Como resultado de la poca percepción de cambios en las instalaciones se obtuvo una calificación promedio de 6.64 puntos sobre 10.

## Medios de comunicación

El principal medio de consulta es la Página Web de la SAT, de acuerdo al 76.31% del total de entrevistados. Algunos casos aislados mencionan Facebook (6.99%), Oficinas (5.00%); Personalmente (4.86%).

El medio idóneo para recibir información sobre el pago de impuestos es el Correo Electrónico para el 51.21% del total de entrevistados. En menor escala mencionan los mensajes de texto (17.29%) y el WhatsApp (13.39%) o el celular sin especificar las aplicaciones posibles (5.45%).

## Perfil del entrevistado

La etnia predominante entre el grupo de entrevistados son los Ladinos con una representación del 77.17% entre los de género masculino y 82.05% entre las de género femenino. En la etnia Maya el 19.50% representan al género masculino, mientras que femenino representa el 15.64%.

Las mujeres registran mayor nivel de escolaridad que los hombres a nivel Diversificado (47.68% vs. 44.11%) y Universitario (27.03% vs. 20.45%), los hombres superan en los niveles de primaria (15,22% vs. 7.53%) y secundaria (18.79 vs 16.60%), lo cual refleja que son más mujeres las que llegan a culminar sus estudios que los hombres, a nivel nacional.

Tanto hombres como mujeres hablan el idioma español con una participación del 92.27% y 91.70% respectivamente. Hay más hablantes de idiomas K'iché (5.95%), Q'eqchi (4.99%), e inglés (4.52%) de sexo masculino, mientras que la participación de mujeres fue superior en el idioma Kaqchikel (4.63%).

Las proporciones de Propietarios (63.26% M / 61.58% F) y Gestores Tributarios (18.67% M / 17.76% F) son bastante similares en cuanto al género de los entrevistados al no mostrar mayor diferencia entre hombres y mujeres. En cuanto a los Contadores / Auditores, el género femenino supera al género masculino (13.32% F/ 8.80% M), caso contrario en el grupo de Abogados y Notarios (4.28% M / 2.70% F).

Se reporta una mayor incidencia de mujeres entrevistadas en los Departamentos de Guatemala (26.83%); Jutiapa (8.49%); Jalapa (5.41%); Chiquimula (5.21%); Izabal (6.56%) y Petén (4.83%), mientras que los hombres obtienen mayor representación en los Departamentos de Escuintla (9.87%); Quetzaltenango (7.97%); San Marcos (5.83%) y Alta Verapaz (5.59%), por mencionar los de mayor incidencia.

A nivel Municipal, la participación mayoritaria de mujeres se concentra en Guatemala (13.51%); Mixco (4.63%); Jutiapa (6.37%); Chiquimula (3.09%) y Puerto Barrios (4.05%), mientras que los hombres las superan en los municipios de Cobán (5.47%); Jalapa (4.28%); Huehuetenango (4.28%) y Quetzaltenango (3.57%).

A nivel de género se registra mayor incidencia de hombres en los puntos de servicio de Alta Verapaz (5.35%); Quetzaltenango (5.83%); Escuintla (3.57%); Huehuetenango (4.28%); Santa Lucía Cotzumalguapa (3.92%); Quiché (2.73%); Retalhuleu (2.85%); Dubai (2.85%) y Montserrat (2.50%).

Las mujeres muestran mayor incidencia en los puntos de servicio de Jalapa (5.41%); Galerías Primma (5.21%); Jutiapa (6.18%); Chiquimula (3.09%); Chimaltenango (3.09%); San Rafael II (3.67%); Coatepeque (2.70%); Zona 9 (2.90%); San Rafael (2.70%) y Pacífic Villa Hermosa (3.86%).

## Percepción e Imagen Institucional

Las asociaciones del nombre SAT muestran tendencias muy similares entre ambos géneros, siendo la más mencionada los Impuestos /IVA con leve diferencia entre hombres (39.36%) y mujeres (37.45%). Así mismo, la asociación del nombre SAT con una "Institución para pagar" se ubica en la segunda posición diferenciándose en que las mujeres lo mencionaron en un 22.01% y los hombres en un 14.03%. En tercera posición se ubica la asociación con la de "Gestión tributaria", en donde las mujeres participan con el 16.80% y los hombres con el 14.03%.

# Género

Los hombres califican los Valores Institucionales de la SAT principalmente entre la escala “De Acuerdo”, con una tendencia más cercana a “Totalmente de Acuerdo” en los valores “Responsabilidad” (73.60), “Respeto” (73.07) y “Transparencia” (72.53). La calificación más baja de acuerdo al promedio ponderado es en el valor “Actitud de Servicio” con 70.10/100.00 puntos.

Las mujeres califican los Valores Institucionales de la SAT principalmente entre la escala “De Acuerdo”, con una tendencia más cercana a “Totalmente de Acuerdo” en los valores “Responsabilidad” (70.61), “Transparencia” (70.22) y “Respeto” (70.13). La calificación más baja de acuerdo al promedio ponderado es en el valor “Compromiso” con 68.29/100.00 puntos.

En cuanto al servicio los hombres le asignaron 71.94 puntos contra las mujeres que le asignaron 69.88 puntos. Las razones para dichas calificaciones se basan principalmente en establecer el buen servicio en donde los hombres avalaron en un 43.34% y las mujeres 44.40%; y también razonaron sobre su mal servicio en una relación de hombres (38.91%) y mujeres (39.19%). Las similares tendencias entre géneros se mantienen al considerar el servicio como “Regular”.

El tema de tecnología de información y comunicación recibió calificaciones más altas que las relacionadas con el servicio, en donde los hombres calificaron con 78.42/100.00 puntos y las mujeres con 74.57 puntos. Consideran que esto ha facilitado las gestiones (H 25.92; M 27.61%), y que además ahora todo se hace más rápido y ahorran tiempo (H16.53; M13.32%).

Los cambios percibidos en los servicios durante los últimos dos años se enfocan básicamente a los servicios digitales, sin mayor diferencia de percepción entre hombres (41.62%) y mujeres (42.66%), y la percepción sobre el cambio positivo en el servicio, reportado más por los hombres (17.95%) que por las mujeres (14.86%). La calificación a este respecto de parte del grupo masculino es de 7.11/10.00, mientras que el grupo femenino calificó con 7.01 puntos.

En cuanto al tema de las instalaciones, las calificaciones de ambos géneros son muy similares (6.65 y 6.63/10.00 puntos respectivamente para hombres y mujeres), e igualmente no han notado algún cambio en una relación del 50.18% hombres y 51.16% mujeres.

## Medios de comunicación

Tanto hombres (76.22%) como mujeres (76.45%) utilizan como principal medio la Página Web de la SAT para obtener información de cómo realizar un trámite.

A ambos géneros les gustaría recibir la información por medio de correo electrónico (H 50.18%, M 52.90%), y en instancias menores, por mensajes de texto (H 18.55%, M 15.25%), y WhatsApp (H 12.96%, M 14.09%), . No se encuentran mayores diferencias entre sus opiniones a este respecto.

# Rango de edad

## Perfil del entrevistado

Las clasificaciones por etnia no muestran diferencias significativas a nivel de edad. Se registra una tendencia a incrementar la participación masculina a medida que aumenta la edad de los entrevistados. Las personas de 41 años y más muestran más bajos niveles de escolaridad que los de 26 a 40 años.

No se registran diferencias significativas en la relación de idioma – edad, aunque sí una leve tendencia a que las personas de 41 años en adelante hablen más el idioma K'iche (6.59%) y Kaqchikel (4.62%).

Los que actúan en calidad de propietarios o abogados / notarios tienden a ser mayores en los rangos de edad (41 y más años con un 64.84%), mientras que los gestores tributarios y los contadores / auditores tienden a ser más jóvenes (18 a 25 años con un 21.20%).

Los entrevistados de 41 años en adelante, tienen mayor representación en el Departamento de Guatemala (27.25%), mientras que los de 18 a 25 años en el Departamento de Jutiapa (13.20%), Jalapa (8.80%) y Alta Verapaz 7.60%). Los comprendidos entre los 26 a 40 años presentan mayor participación en los Departamentos de San Marcos (6.57%), Chiquimula (7.03%) y Petén (5.35%).

A nivel Municipal se registra mayor participación de las personas de 41 años y más en Guatemala (14.95%), Huehuetenango (5.27%) y Puerto Barrios (3.74%); los comprendidos entre los 18 a 25 años muestran mayor participación en los municipios de Cobán (7.60%), Jalapa (7.20%), Escuintla (5.60%) y Jutiapa (9.20%); mientras que los comprendidos entre los 26 a 40 años muestran mayor incidencia en Mixco (4.59%) y Chiquimula (3.98%).

Los más jóvenes participan más en los puntos de servicio de Jalapa (8.80%); Alta Verapaz (7.60%); Quetzaltenango (5.20%); Jutiapa (8.40%); Escuintla (4.40%); Chimaltenango (4.00%) y Coatepeque (3.60%). Los comprendidos entre los 26 a 40 años participan más en Galerías Primma (5.05%); Chiquimula (4.13%), y Zona 9 (3.21%); mientras que los mayores de 41 años visitan más en Totonicapán (3.74%); Huehuetenango (5.27%); Santa Lucía Cotzumalguapa (3.96%); Quiché (4.18%); San Rafael II (3.30%); Retalhuleu (2.86%); Dubai (3.52%); Pacific Villa Hermosa (3.08%) y Montserrat (2.86%).

## Percepción e Imagen Institucional

Los entrevistados de 26 a 40 años (40.83%) coinciden en asociar el nombre SAT con Impuestos / IVA de manera significativa sobre los de 18 a 25 años (32.00%). Los de 41 años en adelante (5.05%) tienden más a asociar a SAT con connotaciones negativas como “Mal servicio; Burocracia; Problemas; Corrupción”, etc. Los más jóvenes lo asocian más con una “Institución para pagar” (22.00%); “gestión tributaria” (22.40%), o el nombre “Superintendencia de Administración Tributaria” (9.20%).

Los entrevistados, no importando la edad califican los valores institucionales de la SAT principalmente en el rango “De acuerdo”, con puntos promedio que van para los de 18 a 25 años de 70.60/100.00 a 75.70, para los comprendidos entre 26 a 40 años 70.03 a 72.86 y de 41 años en adelante de 67.69 a 70.11.

# Rango de edad

Los de 18 a 25 y de 26 a 40 años califican el servicio de SAT con 72.80 y 72.36 puntos respectivamente, mientras que los de 41 años y más le adjudican una calificación de 68.52 puntos de acuerdo a los promedios ponderados.

Para los más jóvenes (49.40%) el servicio es más satisfactorio que para los de mayor edad (40.11%), mientras que el mal servicio es una calificación prominente en los de mayor edad (41.80%).

El aspecto de tecnología de información y comunicación está bien calificada entre todos los entrevistados, principalmente los comprendidos entre los 18 a 25 años de edad (80.00), quienes apoyan principalmente la opinión de que facilita las gestiones (34.00%) y hace más rápido y ahorra tiempo evitándose tener que ir a las agencias u oficinas tributarias (18.40%). Algunos de 41 y más años reportaron que les costaba un poco adaptarse a la tecnología (11.65%).

Nuevamente se registra que los contribuyentes y usuarios de menor edad son quienes mejor califican los cambios en el servicio, ocurridos durante los últimos dos años (7.50/ 10.00), a diferencia de los de 40 años en adelante adjudican menores puntajes (6.83 / 10.00).

Los cambios más percibidos indistintamente de las edades son “La agencia virtual” y un “Mejor servicio al cliente”.

Los contribuyentes y usuarios de menor edad (7.09) son quienes mejor califican los cambios ocurridos en las instalaciones, durante los últimos dos años, a diferencia de los mayores de 40 años que adjudican menores puntajes (6.41).

Entre las percepciones de cambios en la SAT, las instalaciones son de las que menos se han percatado, en donde prácticamente la mitad de los entrevistados expresó no haber visto alguno.

## Medios de comunicación

Indistintamente de la edad, la mayoría entre un rango del 72.97% al 80.40%, opina que es mejor consultar la Página Web de la SAT a otros medios como el Facebook o acudir personalmente a las oficinas o agencias tributarias.

El correo electrónico es el medio idóneo para recibir información sobre el pago de impuestos, considerando como opciones alternativas, pero de menor representatividad los mensajes de texto y el WhatsApp.



# Nivel Académico

## Perfil del entrevistado

Entre el grupo Ladino se registra que el nivel académico tiende a ser mayor, incluso llegar a niveles universitarios, caso que se da en muy pequeña escala a nivel de otras etnias como la Maya, en donde el 55.56% no cuenta con algún nivel académico y solamente un 10.26% alcanza el nivel universitario.

Son más los hombres (66.67%) que no cuentan con nivel académico. Existe mayor nivel de escolaridad entre los comprendidos entre los 26 a 40 años de edad.

Los entrevistados sin preparación académica tienden a hablar menos el idioma español, no obstante, se reporta mayor incidencia entre los que hablan idiomas K'iche (16.67%); Q'eqchi (16.67%) y Kaqchikel (11.11%).

Hay una mayor incidencia de Propietarios entre los que cuentan con bajos niveles de educación (77.78%), los que han alcanzado educación universitaria son los que actúan como Contadores / Auditores (18.27%) y Abogados / Notarios (16.03%). Donde menos se encuentran diferencias de grados académicos es entre los Gestores Tributarios.

Los mayores niveles de educación se dan en el Departamento de Guatemala y en menor medida en los Departamentos del interior del País. Los departamentos con menores índices de educación son Izabal, Chiquimula y Quetzaltenango.

El municipio con mayor nivel educativo es Guatemala; el municipio con menor nivel educativo es Chiquimula..

Los entrevistados sin educación académica registran mayor asistencia a los puntos de servicio ubicados en Chiquimula (16.67%); Totonicapán (11.11%); Retalhuleu (5.56%) y Pacífic Villa Hermosa (5.56%). Alta Verapaz (7.05%); Quetzaltenango (6.09%); San Rafael II (4.49%) y Dubai (5.13%) son los más visitados por personas de educación universitaria.

## Percepción e Imagen Institucional

Independientemente del nivel educativo, los entrevistados asocian al escuchar el nombre SAT a "Impuesto/IVA", "Institución para pagar" y "Gestión tributaria". Los entrevistados con educación media lo asociaron en su mayoría a "Superintendencia de Administración Tributaria" (70.59%).

Los entrevistados que no cuentan con educación académica opinan sobre los valores institucionales de la SAT mayormente en la escala "De acuerdo", en donde el promedio ponderado muestra rangos del mínimo puntaje (66.67/100.00) correspondiente al valor "Transparencia", al máximo (73.61) correspondiente al valor "Productividad". Los valores mejor calificados son "Productividad" (73.61), "Compromiso" (72.22) y "Responsabilidad" (72.22).

Los entrevistados que solamente han cursado la primaria calificaron los valores institucionales de la SAT mayormente en la escala "Totalmente de acuerdo", siendo las calificaciones promedio mínimas de 74.10 para "Actitud de Servicio" y las máximas de 79.04 para "Responsabilidad". Los tres valores con mayor calificación son "Responsabilidad" (79.04); "Respeto" (78.89) y "Transparencia" (77.69).

Los entrevistados que han cursado el nivel secundario califican los valores institucionales de la SAT principalmente en la escala "De acuerdo", adjudicando un mínimo de 69.36 puntos a "Actitud de servicio" y un máximo a "Respeto" con 72.34 puntos. Los tres valores mejor calificados son "Respeto"(72.34); "Responsabilidad" (72.13) y "Compromiso" (71.21).

# Nivel Académico

Los entrevistados que cursaron el diversificado calificaron los valores institucionales de la SAT mayoritariamente en la escala "De acuerdo", siendo las calificaciones promedio mínimas de 68.57 para el valor "Compromiso" y máxima de 71.89 para el valor "Responsabilidad". Los valores con mayores calificaciones son "Responsabilidad", (71.89); "Transparencia" (71.52) y "Respeto" (71.12).

Los entrevistados con educación universitaria calificaron los valores institucionales de la SAT mayoritariamente en la escala "De acuerdo", siendo el valor mínimo promedio de 68.19 puntos adjudicado a la "Actitud de servicio" y el máximo de 70.35 a los valores "Transparencia" y "Responsabilidad" respectivamente.

La calificación del servicio que la SAT presta a los contribuyentes y usuarios es predominantemente "Muy buena" a nivel de entrevistados sin educación académica (38.89%), los que cursaron nivel primario (40.12%) y los que alcanzaron el nivel universitario (34.62%). Los que cursaron el nivel secundario y diversificado califican el servicio de la SAT como "Bueno" en mayor proporción (33.61% Y 36.89% respectivamente).

Los grados académicos de primaria se encuentran más complacidos con el servicio de la SAT (56.59%), mientras que los de grados académicos mayores como Diversificado (40.29%) y Universitario (43.40%) manifestaron un mal servicio.

La calificación de la tecnología de información y comunicación es más alta entre los entrevistados sin nivel académico (50.00%), los que cursaron la primaria (53.89%) y los de nivel universitario (39.74%), considerándose "Totalmente de acuerdo". Para los que cursaron el nivel secundario (39.34%) y diversificado (39.00%) la califican como "De acuerdo" en su mayoría.

Los de menor escolaridad sintieron que facilitaba las gestiones (22.22%), pero también tuvieron problema en adaptarse a la tecnología (22.22%). Los de educación media consideraron la rapidez y el ahorro de tiempo más que los de educación universitaria.

Los entrevistados de mayor grado académico se han percatado más que el grupo de menor nivel académico sobre los cambios en los servicios digitales.

Los de nivel secundario y diversificado son los que menos se han percatado de algún cambio en el servicio.

Independientemente del nivel educativo, la mayoría de los entrevistados no han notado cambios en las instalaciones de la SAT, lo cual viene a influir en una baja calificación, la cual oscila entre 6.44 a 6.78, no registrando una diferencia estadística.

## Medios de comunicación

La mayoría de entrevistados, no importando su grado académico, entre un rango del 71.92% (Ninguna) al 85.94% (primaria), coincide en consultar la Página Web de la SAT para realizar sus trámites.

Los entrevistados se inclinan más por el correo electrónico para recibir información sobre el pago de impuestos, solamente diversificado prefiere mensaje de texto.

# Idioma

## Perfil del entrevistado

Los hispanoparlantes se identifican más con los Ladinos mientras que los que hablan K'iche; Q'eqchi y Kaqchikel se identifican con la etnia Maya. Los hombres son la mayoría de entrevistados en todos los idiomas representados.

Entre los contribuyentes y usuarios que actuaron en calidad de propietarios se registra una mayor participación de los hablantes del idioma Q'eqchi (77.36%), y de los hablantes del idioma Kaqchikel reportando más afluencia de Contadores / Auditores y Gestores Tributarios (30.77%).

Los hispanohablantes muestran mayor proporción en el Departamento de Guatemala (81.19%), mientras que los de habla Kaqchikel son representativos del Departamento de Escuintla (40.82%) y Jutiapa (30.71%).

Los entrevistados de habla Q'eqchi son primordialmente habitantes del Municipio de Cobán (60.38%).

Los entrevistados de habla Q'eqchi visitan más las oficinas tributarias de Alta Verapaz (60.38%), mientras que los de habla K'iche las oficinas tributarias de Totonicapán (35.71%) y Quiché (21.43%). Los hablantes del idioma Kaqchikel se ubican más en la oficina tributaria de Chimaltenango (9.62%) y la Agencia Tributaria San Rafael II (7.69%).

## Percepción e Imagen Institucional

Tanto hispanohablantes (37.81%) como Q'eqchíes (39.62%) relacionaron de mayor manera el nombre SAT con el término "Impuesto / IVA". Los de habla Kaqchikel relacionaron el nombre SAT con una "Institución de pago" (28.85%), mientras que los de habla K'iche lo asociaron con el nombre "Superintendencia de Administración Tributaria" (31.41%).

Los entrevistados que hablan en idioma español calificaron los valores institucionales de la SAT mayoritariamente como "De acuerdo", otorgándoles calificaciones promedio de entre un valor mínimo de 69.58/100.00 para la "Actitud de servicio" y un valor máximo de 72.82 para "Responsabilidad". Los valores mejor evaluados fueron "Responsabilidad" (72.82); "Respeto" (72.30) y "Transparencia" (71.92).

Los entrevistados que hablan en idioma K'iche calificaron los valores institucionales de la SAT mayoritariamente como "De acuerdo", otorgándoles calificaciones promedio de entre un valor mínimo de 66.07 puntos para "Compromiso" y un valor máximo de 68.57 puntos para "Responsabilidad". Los valores mejor evaluados fueron "Responsabilidad" (68.57); "Transparencia" (67.86) y "Respeto" (67.50).



# Idioma

Los entrevistados que hablan en idioma Q'eqchi calificaron los valores institucionales de la SAT mayoritariamente como "Totalmente de acuerdo", otorgándoles calificaciones promedio de entre un valor mínimo de 70.75 puntos para la "Actitud de Servicio" y un valor máximo de 77.36 puntos para "Transparencia". Los valores mejor evaluados fueron "Transparencia" (77.36); "Respeto" (75.94) y "Responsabilidad" (74.53).

Los entrevistados de habla Kaqchikel calificaron los valores institucionales de la SAT mayoritariamente como "Parcialmente de acuerdo", otorgándoles calificaciones promedio de entre un valor mínimo de 50.96 puntos para "Respeto" y un valor máximo de 56.73 puntos para "Actitud de Servicio". Los valores mejor evaluados fueron "Actitud de Servicio" (56.73); "Responsabilidad" (56.25) y "Productividad y Transparencia" (55.77).

Los entrevistados que hablan otros idiomas calificaron los valores institucionales de la SAT mayoritariamente como "De acuerdo", otorgándoles calificaciones promedio de entre un valor mínimo de 68.06 puntos para la "Actitud de Servicio" y "Compromiso" respectivamente, y un valor máximo de 71.83 puntos para "Respeto". Los valores mejor evaluados fueron "Respeto" (71.83) "Transparencia" (71.43) y "Productividad" (71.63).

Los que califican como "Muy bueno" el servicio que SAT presta a los contribuyentes y usuarios son los hispanohablantes (32.93%) y Q'eqchíes (39.62%); los que califican como "Bueno" el servicio son los que hablan el idioma K'iche (38.57%) y otros idiomas (42.06%). Los que calificaron el servicio de SAT como "Regular" fueron los de habla Kaqchikel (55.77%). Los entrevistados que hablan Kaqchikel (57.69%) registran alta incidencia en calificar mal servicio de la SAT.

Casi todos los entrevistados coinciden en calificar como "Totalmente de acuerdo" a la facilidad en el uso de tecnología de información y comunicación, excepto en el grupo de hablantes del idioma Kaqchikel quienes se encontraron "Parcialmente de acuerdo" (44.23%).

Los hablantes del idioma Q'eqchi son quienes más se han percatado de los cambios en los servicios de la SAT en los últimos dos años, adjudicando una calificación de 7.26 sobre la escala de 10.00 puntos. El enfoque de cambio se centra especialmente en la tecnología y la agencia virtual. Los que menos calificación dan a este respecto son los de habla Kaqchikel, quienes le asignan 5.23 puntos.

Los hispanohablantes son quienes más se han percatado de los cambios en las instalaciones, asignando un puntaje de 6.66, ante el grupo de Kaqchikeles que solamente le asignan 5.17 puntos a este aspecto. Debe resaltarse que casi la mitad de entrevistados de todos los idiomas no se percataron de algún cambio en las instalaciones.

## Medios de comunicación

La Página Web de la SAT sigue siendo el medio principal para obtener información de cómo hacer un trámite en la SAT, principalmente para los hispanohablantes (77.54%) y los de habla K'iche (81.43%). Facebook muestra alguna preferencia por los de habla Q'eqchi (13.21%) y Kaqchikel (7.69%).

Los hispanohablantes (51.24%), Kaqchikeles (53.85%) y Q'eqchíes (41.51%) prefieren el correo electrónico para recibir información sobre el pago de impuestos, mientras que los de habla K'iché (44.29%) prefieren los mensajes de texto.

## Perfil del entrevistado

Los entrevistados de la región Sur (94.83%) y de la región Central (86.63%) se identifican más con los Ladinos; los entrevistados de la región de Occidente registran un incidencia importante con los Mayas (39.33%).

Se registra un mayor nivel de escolaridad entre los pobladores de las regiones Central y Occidente, y menor educación entre los pobladores del Sur y Nororiente.

El idioma español se habla prácticamente en todas las regiones, disminuyendo un poco en Occidente (83,54%), donde tienden a hablar el idioma K'iche (4.12%).

Se registra mayor incidencia de propietarios en las regiones Central (67.08%), Nororiente (75.56%) y Sur (77.15%) que la que presenta la región Occidente (31.10%), en donde hay más Gestores Tributarios (32.62%) y Contadores / Auditores (23.70%).

Los entrevistados de la región central se ubicaron principalmente en el Departamento de Guatemala (81.19%); los pobladores de la región Sur se encontraron en los Departamentos de Escuintla (40.82%) y Jutiapa (30.71%) principalmente; los de la región Occidente en los Departamentos de Quetzaltenango (28.66%) y San Marcos (23.78%); y los de la región Nororiente en los Departamentos de Jalapa (20.00%), Alta Verapaz (18.89%), Chiquimula (17.78%), Izabal (16.39%) y Petén (14.44%).

## Percepción e Imagen Institucional

Los pobladores de las regiones Central (47.03%), Occidente (39.63%) y Sur (37.83%) asocian más el nombre SAT con la palabra "Impuesto / IVA", mientras que los pobladores de la región Nororiente relacionan más el nombre con una "Institución para pagar" (30.56%) y los de la región Sur la relacionan con "Gestión Tributaria" (23.60%).

Los pobladores de la región Central califican los valores institucionales de la SAT predominantemente en la escala "De acuerdo", adjudicando calificaciones entre puntos mínimos de 63.99/10.00 al valor "Compromiso" y máximos de 66.71 al valor "Respeto". Las calificaciones más altas se les asignan a los valores "Respeto" (66.71); "Responsabilidad" (66.27) y "Transparencia" (65.53).

Los pobladores de la región Nororiente califican los valores institucionales de la SAT predominantemente en la escala "De acuerdo", adjudicando calificaciones entre puntos mínimos de 70.76 al valor "Actitud de servicio" y máximos de 75.63 al valor "Responsabilidad". Las calificaciones más altas se les asignan a los valores "Responsabilidad" (75.63); "Respeto" (75,42) y "Productividad" (73.54).

# Región

Los pobladores de la región Occidente califican los valores institucionales de la SAT predominantemente en la escala "De acuerdo", adjudicando calificaciones entre puntos mínimos de 70.05 al valor "Respeto" y máximos de 71.80 al valor "Responsabilidad". Las calificaciones más altas se les asignan a los valores "Responsabilidad" (71.80); "Compromiso" (71.19) y "Transparencia" (70.81).

Los pobladores de la región Sur califican los valores institucionales de la SAT predominantemente en la escala "Totalmente de acuerdo", adjudicando calificaciones entre puntos mínimos de 73.13 al valor "Actitud de Servicio" y máximos de 79.49 al valor "Transparencia". Las calificaciones más altas se les asignan a los valores "Transparencia" (79.49); "Responsabilidad" (78.37) y "Respeto" (77.53).

Los pobladores de la región Sur califican de mejor manera el servicio que presta la SAT a los contribuyentes y usuarios, adjudicándose un punteo de 82.21 en donde el 55.43% lo califica como "Muy Bueno". Las calificaciones van disminuyendo en las regiones de Occidente que califica con 73.17 puntos; Central con 67.08 y Nororiente con 65.69 puntos.

La región de occidente califica de mejor manera la tecnología de información y comunicación de la SAT adjudicándose 85.44 puntos, y donde el 60.98 coincide en calificarlo como "Totalmente de acuerdo". La región Sur adjudica 83.33 puntos, seguido por región Nororiente con una calificación de 76.81 y la región Central con la calificación más baja de 65.97 puntos.

La región Sur ha sido más sensible a los cambios en los servicios que la SAT brinda a contribuyentes y usuarios, adjudicando una calificación de 8.24 sobre una escala de 10 puntos. La región Nororiente se coloca en segunda posición con una calificación de 7.10 puntos, seguida por la región Central con 6.75 y la región Occidente con 6.48 puntos. La región Nororiente fue la que más percibió el cambio en los servicios digitales y agencia virtual (58.06%).

La región Sur ha sido también más sensible a los cambios en las instalaciones que la SAT brinda a contribuyentes y usuarios, adjudicando una calificación de 7.73 sobre una escala de 10 puntos. La región Nororiente se coloca en segunda posición con una calificación de 6.73 puntos, seguida por la región Central con 6.43 y la región Occidente con 5.93 puntos.

## Medios de comunicación

Los pobladores de todas las regiones coinciden en que la Página Web de la SAT es el mejor medio de consulta de trámites, en donde se representan más del 70.00%.

El medio idóneo para recibir informaciones sobre pago de impuestos es el correo electrónico, principalmente para los pobladores de la región Central (71.78%). Para los pobladores de la región Occidente el correo electrónico (46.65%) es casi igual de importante que los mensajes de texto (41.16%).

# Calidad con la que actúa

## Perfil del entrevistado

Se registra mayor nivel de escolaridad entre los Abogados y Notarios (100.00%), y menor escolaridad entre los Gestores Tributarios.

Nueve de cada diez entrevistados, no importando la personería con la cual actúan, habla el idioma español.

La mayoría de abogados y notarios acuden en el Departamento de Guatemala (52.00%), en cuanto los Gestores Tributarios acuden principalmente en Quetzaltenango (26.10%) y Jalapa (21.69%). Los Contadores / Auditores proliferan más en el Departamento de San Marcos (23.78%).

Los Abogados y Notarios son más numerosos en el municipio de Guatemala (26.00%), y los Gestores Tributarios en el municipio de Jalapa (16.87%). Una leve tendencia de Contadores / Auditores se reporta en el municipio de Jutiapa (11.19%).

Los Gestores Tributarios visitan más las Oficinas Tributarias de Jalapa (21.69%) y Quetzaltenango (20.88%) y la Agencia Tributaria de Coatepeque (8.84%). Los Contadores / Auditores acuden más a la Oficina Tributaria de Jutiapa (11.19%). Los Abogados y Notarios frecuentan más la Oficina Tributaria de Huehuetenango (12.00%) y la Agencia Tributaria de San Rafael II (20.00%).

## Percepción e Imagen Institucional

La tendencia a asociar el nombre SAT con el término “Impuesto / IVA” es predominante en todas las personas, con una muy leve tendencia entre los que actúan como Propietarios (40.31%). Los Gestores Tributarios (23.29%) muestran una mayor incidencia que las otras personerías jurídicas al mencionar “Institución para pagar”. El término “Gestión tributaria” también es más mencionado entre los Propietarios (17.39%). Los Abogados y Notarios la mencionan como “Institución de Gobierno” (10.00%) más que el resto de las otras calidades.

Los Propietarios califican los valores institucionales de la SAT predominantemente en la escala "De acuerdo", adjudicando calificaciones entre puntos mínimos de 69.36/100.00 al valor “Actitud de servicio” y máximos de 73.12 al valor “Responsabilidad”. Las calificaciones más altas se les asignan a los valores “Responsabilidad” (73.12); “Respeto” (72.86) y “Transparencia” (71.83).

Los Gestores Tributarios califican los valores institucionales de la SAT predominantemente en la escala "De acuerdo", adjudicando calificaciones entre puntos mínimos de 71.08 al valor “Actitud de servicio” y máximos de 73.19 al valor “Responsabilidad”. Las calificaciones más altas se les asignan a los valores “Responsabilidad” (73.19); “Productividad” (72.29) y “Respeto” (71.99).

# Calidad con la que actúa

Los Contadores / Auditores califican los valores institucionales de la SAT predominantemente en la escala "De acuerdo", adjudicando calificaciones entre puntos mínimos de 67.13 al valor "Productividad" y máximos de 72.03 al valor "Transparencia". Las calificaciones más altas se les asignan a los valores "Transparencia" (72.03); "Responsabilidad" (69.76) y "Actitud de Servicio" (69.06).

Los Abogados y Notarios califican los valores institucionales de la SAT entre la escala "De acuerdo" y "Totalmente de acuerdo", adjudicando calificaciones entre puntos mínimos de 71.50 al valor "Actitud de Servicio" y máximos de 75.50 al valor "Respeto". Las calificaciones más altas se les asignan a los valores "Respeto" (75.50); "Transparencia" (74.50) y "Responsabilidad" (73.50).

Los otros que no clasifican entre las personerías tradicionales califican los valores institucionales de la SAT en la escala "De acuerdo", adjudicando calificaciones entre punteos mínimos de 66.29 a los valores "Actitud de Servicio", "Compromiso"; "Respeto"; y "Responsabilidad", y máximos de 67.42 al valor "Productividad". Las calificaciones más altas se les asignan a los valores "Productividad" (67.42) y "Transparencia" (66.67).

Los Abogados/Notarios y Contadores/Auditores califican de mejor manera el servicio que presta la SAT a los contribuyentes y usuarios, adjudicándose un puntaje de 78.00 y 77.27 respectivamente, predominando en la clasificación "Muy Bueno". Las calificaciones van disminuyendo en los Propietarios, que califican con 72.56 puntos; Otros con 67.05 y Gestores Tributarios con 62.55 puntos.

Los Gestores Tributarios califican de mejor manera la tecnología de información y comunicación que presta la SAT a los contribuyentes y usuarios, adjudicándose puntuación de 81.43, predominando en la clasificación "Muy Bueno". Las calificaciones van disminuyendo en los Contadores / Auditores, que califican con 77.27 puntos; Abogados y Notarios con 76.50 y Propietarios con 75.91 puntos.

Los Abogados y Notarios han sido más sensibles a los cambios en los servicios que la SAT brinda a contribuyentes y usuarios, adjudicando una calificación de 8.06 sobre una escala de 10.00 puntos. Los propietarios se colocan en segunda posición con una calificación de 7.19 puntos, seguidos por los Contadores / Auditores con 7.10 y los Gestores Tributarios con 6.61 puntos. Los Propietarios (51.12%) y Abogados (50.00%) fueron los que más percibieron el cambio en los servicios digitales y agencia virtual.

Los Abogados y Notarios han sido también más sensibles a los cambios en las instalaciones que la SAT brinda a contribuyentes y usuarios, adjudicando una calificación de 7.48 sobre una escala de 10 puntos. Los Contadores / Auditores y Propietarios se colocan en segunda posición con una calificación de 6.68 y 6.67 puntos respectivamente, seguidos por los Gestores Tributarios con 6.40 puntos.

## Medios de comunicación

El medio idóneo a preferencia de todo tipo de personería para obtener información de trámites, es la Página Web de la SAT, con una incidencia superior al 70.00%.

El correo electrónico es el mejor medio para recibir información sobre el pago de impuestos, principalmente para los Abogados y Notarios (72.00%) y los Contadores / Auditores (62.24%). Los Gestores Tributarios se inclinan también por los Mensajes de Texto (37.35%).



# Etnia

## Perfil del entrevistado

Entre todas las etnias, solamente en la Garífuna hay más afluencia de mujeres (60.00%) que de hombres (40.00%). La tendencia general muestra que todos los entrevistados de diferentes etnias han contado con educación Diversificada entre 36.36% a 47.37% de los casos.

Los Ladinos (96.18%) y Mestizos (94.74%) hablan predominantemente el idioma español. Los Mayas son mayoría en los idiomas Q'eqchi (17.55%) y Kaqchikel (18.78%).

Entre los contribuyentes y usuarios que actuaron en calidad de propietarios se registra mayor participación de los Mestizos (89.47%) y Ladinos (65.18%), y en los Garífunas más afluencia de Gestores Tributarios (60.00%).

Los Mestizos (47.37%) y Ladinos (27.56%) se concentran mayoritariamente en el Departamento de Guatemala, y en el Municipio de Guatemala (15.79% y 13.31% respectivamente). En Cobán los Mestizos (15.79%) y Mayas (17.14%) se registra una mayoría.

La dispersión de los ladinos en todas las Agencias y Oficinas Tributarias registra una distribución más homogénea que la de otras etnias. Los Mayas no aparecen en Oficinas y Agencias Tributarias como Jutiapa, Chiquimula y Santa Lucía Cotzumalguapa.

## Percepción e Imagen Institucional

Los Ladinos (40.13%) tienden a asociar más el nombre SAT con la palabra "Impuesto / IVA" que el resto de etnias, aunque la mayoría coincide en esta asociación. Los Garífunas (50.00%) tienden a asociarlo con el nombre "Superintendencia de Administración Tributaria" más que el resto de etnias.

Los Ladinos califican los valores institucionales de la SAT en la escala "De acuerdo", adjudicando calificaciones entre puntos mínimos de 70.55/100.00 a los valores "Actitud de Servicio" y máximos de 74.07 al valor "Responsabilidad". Las calificaciones más altas se les asignan a los valores "Responsabilidad" (74.07); "Respeto" (73.70) y "Transparencia" (73.07).

Los Mayas califican los valores institucionales de la SAT en la escala "De acuerdo", adjudicando calificaciones entre puntos mínimos de 64.59 al valor "Productividad" y máximos de 66.12 al valor "Transparencia". Las calificaciones más altas se les asignan a los valores "Transparencia" (66.12) "Responsabilidad" (65.71), "Compromiso" (65.51).

Los Mestizos califican los valores institucionales de la SAT de maneras muy variables, adjudicando calificaciones entre puntos mínimos de 61.84 a los valores "Actitud de Servicio" y "Compromiso" respectivamente; y máximos de 69.74 al valor "Responsabilidad". Las calificaciones más altas se les asignan a los valores "Responsabilidad" (69.74), "Productividad" (67.11) y "Respeto y Transparencia" con 63.16.

# Etnia

Los Garífunas califican los valores institucionales de la SAT en la escala "De acuerdo", adjudicándose una calificación de 72.50, a excepción de "Transparencia" con 70.00.

Los Otros califican los valores institucionales de la SAT en la escala "De acuerdo", adjudicando calificaciones de 72.73 a "Actitud de servicio", "Respeto" y "Transparencia", seguidamente "Responsabilidad" (70.45) y "Compromiso y Productividad" (63.64) .

Los Garífunas (82.50) son quienes mejor califican el servicio que SAT presta a los contribuyentes y usuarios, seguido por los Mestizos (72.37) y Ladinos (71.51), evidenciando una menor satisfacción entre el grupo Maya (69.08).

Los Garífunas (90.00) son quienes mejor califican la tecnología de información y comunicación que SAT presta a los contribuyentes y usuarios, seguido por los Mestizos (77.63) y Ladinos (77.44), evidenciando una menor satisfacción entre el grupo Maya (74.49).

Los Garífunas han sido más sensibles a los cambios en los servicios que la SAT brinda a contribuyentes y usuarios, adjudicando una calificación de 7.90 sobre una escala de 10 puntos. Los Ladinos y Mestizos se colocan en segunda posición con una calificación de 7.16 y 6.79 puntos respectivamente, seguidos por los Mayas con 6.66. Los Ladinos (43.67%) y Mestizos (52.63%) fueron los que más percibieron el cambio en los servicios digitales y agencia virtual.

Los Garífunas y Otras etnias han sido también más sensibles a los cambios en las instalaciones que la SAT brinda a contribuyentes y usuarios, adjudicando una calificación de 7.30 y 7.36 respectivamente sobre una escala de 10.00 puntos. Los Mestizos se colocan en segunda posición con una calificación de 6.53 puntos, seguidos por los Mayas con 6.21 puntos.

## Medios de comunicación

El medio idóneo para consultas sobre cómo realizar un trámite en la SAT es la página WEB, indiferentemente de la etnia que se evalúe.

El correo electrónico es el medio ideal para recibir información sobre el pago de impuestos, principalmente para el grupo Mestizo (84.21%). Los Garífunas tienden a preferir los Mensajes de Texto (100.00%).



# Tipos de Servicios

## Perfil del entrevistado

Existe mayor asistencia de los Ladinos a las Aduanas (86.90%) y Oficinas/Agencias/Delegaciones (78.09%) que el resto de las otras etnias involucradas, en donde la Maya, que es la segunda con mayor afluencia, acude en un 19.19% a las Oficinas/Agencias /Delegaciones y en 8.28% de los casos a Aduanas. Los Hombres acuden más que las mujeres, en donde Oficinas/Agencias/Delegaciones obtiene una afluencia del 61.86% sobre la de las mujeres con el 38.14%; caso similar en Aduanas en donde los hombres acuden en un 62.07% de los casos contra el 37.93% de las mujeres.

En cuanto a los grupos de edad, la mayor afluencia se observa entre los comprendidos entre los 26 a los 40 años, donde el 46.95% acude a las Oficinas/Agencias/Delegaciones y un 45.17% acude a Aduanas; seguido por el grupo de 41 y más años en donde el 38.28% acude a Aduanas y el 34.43% acude a Oficinas/Agencias/Delegaciones. A nivel educativo el nivel Diversificado muestra mayor asistencia principalmente en Aduanas (53.10%) y Oficinas/Agencias/Delegaciones participa con el 44.56%; seguido por el nivel Universitario con afluencias de 23.31% en Oficinas/Agencias/delegaciones y 20.00% en Aduanas.

Los entrevistados que hablan el idioma español son quienes mayor afluencia reportan siendo para Aduanas una participación del 97.24% y para Oficinas/Agencias/Delegaciones el 91.43%. Los que hablan el idioma K'iche acuden a las Oficinas/Agencias/Delegaciones en el 5.77%, seguidos por los de habla Q'eqchi con el 4.04% y un 2.76% de Q'eqchíes que visitan Aduanas. Los que hablan el idioma Kaqchiquel visitan Oficinas/Agencias/Delegaciones en un 4.28%.

Entre la calidad de personería los propietarios son los que mayor afluencia observan en Aduanas (66.90%) y en Oficinas/Agencias/Delegaciones (62.11%); seguidos por los Gestores Tributarios, quienes acuden a las Oficinas/Agencias/Delegaciones en un 19.19% de los casos y a las Aduanas en un 11.03%. Los Contadores y Auditores acuden a las Oficinas/Agencias/Delegaciones en el 10.71% de los casos y el 8.97% de ellos acuden a las Aduanas.

Los Departamentos en los que más se visitan las Aduanas son Guatemala (32.41%); Jutiapa (22.07%); Escuintla (15.86%); e Izabal (15.86%). Los Departamentos que más visitan las Oficinas/Agencias/Delegaciones son Guatemala (23.15%); Quetzaltenango (7.58%); Escuintla (7.08%); San Marcos (5.77%) y Jalapa (5.77%).

A nivel de Municipios las Oficinas/Agencias Delegaciones más visitadas son Guatemala (10.71%); Cobán (5.52%); Jalapa (4,70%) y Escuintla (4.28%) Los Municipios que más visitan Aduanas son Guatemala (20.00%); Puerto Barrios (15.86%); y Mixco (5.52%).

Los puntos de servicio con más participación corresponden a las Oficinas/Aduanas/Delegaciones, siendo entre ellas las de mayor incidencia la Oficina Tributaria de Jalapa (5.77%); la Oficina Tributaria de Alta Verapaz (5.44%); la Oficina Tributaria de Quetzaltenango (5.19%); la Agencia Tributaria Galerías Prima (5.11%) y la Oficina Tributaria de Jutiapa.

## Percepción e Imagen Institucional

Los entrevistados en Oficinas/Agencias/Delegaciones relacionan a la SAT primordialmente con el término "Impuesto/IVA" (38.80%), seguido en segundo lugar por la imagen de una "Institución para pagar" por el 20.10%. En tercera posición relacionan el nombre SAT con el término "Gestión tributaria" de acuerdo al 15.07%. Caso similar sucede con los entrevistados en Aduanas, en donde el 37.24% relaciona a SAT con el término "Impuesto/IVA", seguido en segundo lugar por la imagen de una "Institución para pagar" según el 24.83%, y el término "Gestión tributaria" en tercera posición con el 15.17% de participación.

# Tipos de Servicios

Los entrevistados en Oficinas/Agencias/Delegaciones califican los valores institucionales de la SAT dando el puntaje más alto al valor “Responsabilidad” con una calificación promedio de 73.02/100 y la calificación mínima al valor “Actitud de Servicio” con una calificación promedio de 69.98/100. Los tres valores mejor calificados son “Responsabilidad” (73.02/100); “Respeto” (72.43/100); y “Transparencia” (71.91 /100).

Los entrevistados en Aduanas califican los valores institucionales de la SAT dando el punto más alto al valor “Transparencia” con una calificación promedio de 69.48/100 y la calificación mínima al valor “Actitud de Servicio” con una calificación promedio de 65.52/100. Los tres valores mejor calificados son “Transparencia” (69.48/100); “Productividad” (68.10/100); y “Respeto” (67.93 /100).

Los entrevistados en Oficinas/Agencias/Delegaciones califican el Servicio de SAT de mejor manera que los entrevistados en Aduanas, siendo que los entrevistados en Oficinas/Agencias/Delegaciones le adjudican una calificación promedio de 71.40/100 mientras que los entrevistados en Aduanas le adjudican 69.14 /100 al servicio que presta SAT a contribuyentes y usuarios. La principal razón para calificar de esa manera es para los entrevistados en Oficinas/Agencias/Delegaciones su buen servicio/buena atención/o que todo lo hacen más fácil (42.01%) y para los entrevistados en Aduanas el mal servicio/mala atención/ineficiencia (58.62%).

Los entrevistados en Oficinas/Agencias/Delegaciones califican la Tecnología de información y comunicación de SAT de mejor manera que los entrevistados en Aduanas, siendo que los entrevistados en Oficinas/Agencias/Delegaciones le adjudican una calificación promedio de 77.06/100 mientras que los entrevistados en Aduanas le adjudican 76.03 /100 a este respecto. La principal razón para calificar de esa manera es tanto para los entrevistados en Oficinas/Agencias/Delegaciones como para los entrevistados en Aduanas el hecho de facilitar las gestiones/todo por línea es mejor/ porque es más fácil pedir citas y servicios coincidiendo ambos en un 26.69% y 25.52% respectivamente.

El cambio más perceptivo para ambos grupos de entrevistados se centra en la Agencia Virtual/Servicios digitales/Tecnología, en donde los entrevistados en Oficinas/Agencias/Delegaciones son el 42.75% y los entrevistados en Aduanas representan al 35.86%. Los entrevistados en Oficinas/Agencias/delegaciones le adjudican un puntaje de 71.10/100 a esos cambios, mientras que los entrevistados en Aduanas le adjudican un puntaje de 67.40/100

En los últimos dos años la mayoría no ha percibido cambios en las instalaciones de SAT. Los entrevistados en Oficinas/Agencias/Delegaciones no percibieron algún cambio de acuerdo al 50.33% y los entrevistados en Aduanas tampoco percibieron algún cambio en un 52.41%. Al mencionar algún cambio solamente mencionaron remodelaciones de manera muy general, siendo los entrevistados en Oficinas/Agencias/Delegaciones un 20.59% y los entrevistados en Aduanas un 25.52%. Las calificaciones adjudicadas a los pocos o ningún cambio percibido son de 66.80/100 entre los entrevistados en Oficinas/Agencias/Delegaciones y de 63.70/100 para los entrevistados en Aduanas.

## Medios de comunicación

Los entrevistados en Oficinas/Agencias/Delegaciones consultan cómo hacer un trámite en la SAT en la página Web de la SAT de acuerdo al 76.49% y les gustaría recibir información por correo electrónico de acuerdo al 50.25%.

Los entrevistados de las Aduanas consultan cómo hacer un trámite en la SAT en la página Web de la SAT de acuerdo al 71.03% y les gustaría recibir información por correo electrónico de acuerdo al 59.31%.



# 7. Conclusiones



# Conclusiones

1. Ocho de cada diez entrevistados son de etnia ladina y nueve de cada diez habla el idioma español; seis de cada diez pertenecen al género masculino y cinco de cada diez se encuentra entre los 26 a 40 años de edad. Casi la mitad de los entrevistados ha alcanzado el nivel diversificado y una cuarta parte se encuentra en el Departamento de Guatemala.
2. El nombre SAT se relaciona con una institución donde se pagan impuestos, siendo la asociación más clara la palabra “Impuesto”.
3. Responsabilidad; Respeto y Transparencia son los valores institucionales de la SAT mejor calificados.
4. Los entrevistados de habla Kaqchiquel son los que califican con menor puntaje los valores institucionales de la SAT.
5. El servicio que brinda SAT a los contribuyentes se califica como “Bueno”, en donde las opiniones se dividen equitativamente entre los que consideran un buen servicio.
6. La tecnología de comunicación e información que brinda SAT a los contribuyentes está muy bien calificada porque consideran que facilita los trámites, es rápida y ahorra mucho tiempo.
7. Los cambios de mayor percepción se enfocan en la aplicación de la tecnología y la agencia virtual, mientras que los cambios en las instalaciones han pasado desapercibidos para la mitad de los contribuyentes.
8. La página Web es el medio idóneo para realizar consultas y trámites en SAT, mientras que el correo electrónico es el medio más deseado para poder recibir información sobre el pago de impuestos.

# 8. Recomendaciones



# Recomendaciones

1. La asociación de nombre SAT se relaciona con la palabra “Impuesto”, que de hecho tiene una connotación negativa. Se recomienda utilizar los términos “Responsabilidad”; “Respeto” o “Transparencia” en sus slogans para asociarlos con la marca ya que son los valores institucionales mejor calificados.
2. Los mayores cambios se perciben en el área de tecnología, lo cual es positivo, pero también genera una menor calificación en el servicio por causa de que a los contribuyentes se les dificulta el uso de la misma, por lo que se recomienda promover cursos de capacitación al contribuyente en el uso de herramientas tecnológicas o fortalecer esta ayuda a través del 1550 del Call Center (con una persona, no una máquina) que pueda atender sus dudas de manera inmediata.
3. Se recomienda realizar mediciones posteriores bajo los mismos parámetros de medición para lograr una mejor relación comparativa de resultados y un análisis mucho más objetivo.
4. Impartir capacitaciones a los colaboradores que tienen contacto directo con los contribuyentes y usuarios, sobre “Actitud de servicio”, ya que fue el valor institucional con la calificación más baja.



# 9. Anexo





## Cuestionario

Buenos días/tardes, mi nombre es... trabajo para STC Consultores Guatemala S.A...; estamos realizando un estudio, con el objetivo de **Evaluar la calidad del servicio e imagen de la SAT**, Nos gustaría pudiera dar unos minutos de su tiempo respondiendo algunas preguntas. **La información proporcionada será tratada de forma confidencial y para uso interno.**

¿Está dispuesto a participar en el estudio? SI/ /NO/

En los últimos seis meses ¿Ha utilizado usted los servicios de la SAT?

SI	Continuar
NO	Agradecer y terminar

### A- Persona Entrevistada

Municipio: \_\_\_\_\_ Departamento: \_\_\_\_\_  
Entrevistador: \_\_\_\_\_ Supervisor: \_\_\_\_\_

Agencia, Oficina o Delegación Tributaria Visitada

P.1 Nombre del punto de servicio investigado

### B- Percepción e Imagen Institucional

P2 ¿Qué es lo que piensa cuando escucha el nombre SAT?


P3 En una escala de Totalmente de acuerdo a En desacuerdo. ¿Cómo calificaría usted los Valores Institucionales de la SAT?

Atributos	Totalmente de acuerdo 100	De acuerdo 75	Parcialmente de acuerdo 50	En desacuerdo 25
1. <b>Actitud de servicio:</b> El personal de la SAT se esfuerza por aportar lo mejor de sí mismos en la atención que se brinda a los usuarios.				
2. <b>Compromiso:</b> El personal de la SAT cumple con sus obligaciones laborales y morales y se responsabiliza por los efectos que implique la falta de atención a dichas obligaciones.				
3. <b>Productividad:</b> El personal de la SAT aprovecha correctamente los recursos en la obtención de los resultados esperados.				
4. <b>Respeto:</b> El personal de la SAT valora los derechos de todas las personas de ser tratados con amabilidad, cortésia y cordialidad.				
5. <b>Responsabilidad:</b> El personal de la SAT cumple todas las funciones y tareas asignadas efectiva y oportunamente con disciplina, respeto, profesionalismo y trabajo en equipo.				
6. <b>Transparencia:</b> El comportamiento del personal de SAT refleja actitudes adecuadas y correctas.				

P4 A nivel general, ¿cómo calificaría el servicio que SAT presta a los contribuyentes y usuarios? En una escala de 0 a 100.

Atributos	Muy bueno (76-100)	Bueno (51-75)	Regular (26-50)	Malo (0-25)
Calificación General del servicio de SAT				

P5 ¿Por qué motivo le da esa calificación?


P6 En una escala de Totalmente de acuerdo a En desacuerdo. ¿Qué calificación le daría a la afirmación: La tecnología de información y comunicación me facilitó el uso de los servicios de la SAT?

Atributos a evaluar	Totalmente de acuerdo 100	De acuerdo 75	Parcialmente de acuerdo 50	En desacuerdo 25
1. La tecnología de información y comunicación me facilitó el uso de los servicios de la SAT.				

P7 ¿Por qué motivo le da esa calificación?


P8 En los últimos dos años ¿Qué cambios ha percibido en los SERVICIOS que la SAT brinda a los contribuyentes y usuarios?


P9. En una escala de 0 a 10. ¿Qué calificación les daría a esos cambios?

Muy Positivos 10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	Muy Negativos 0

P10 En los últimos dos años ¿Qué cambios ha percibido en LAS INSTALACIONES que la SAT brinda a los contribuyentes y usuarios?


P11. En una escala de 0 a 10. ¿Qué calificación les daría a esos cambios?

Muy Positivos 10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	Muy Negativos 0

# Questionario

## C- Medios de comunicación

P12. Cuando necesita información de cómo hacer un trámite en la SAT, ¿En dónde consulta?

### Medios de comunicación

1.	Página WEB de la SAT
2.	Facebook
3.	Twitter
4.	YouTube
5.	Otras páginas web, ¿Cuáles??
6.	Otros medios, ¿Cuáles?

P13. ¿Por qué medio le gustaría recibir información sobre el pago de impuestos?

## D- Perfil del entrevistado

P14. ¿Cuál es la etnia con la que se identifica?

1.	Ladino
2.	Quiché
3.	Maya
4.	Garífuna
5.	Otra (Especificar)

P15 Género

1.	Hombre
2.	Mujer

P16 Edad Exacta

1.	Ninguna
2.	Primaria
3.	Secundaria
4.	Diversificado
5.	Universitaria
6.	Otro:

P17 Escolaridad

P18 Idioma (s) que habla

1.	Achi	8.	Q'anjol'al	15.	Q'eqchi'
2.	K'at'ek'ek'	9.	K'acch'el	16.	Sakapulteco
3.	Ch'orti'	10.	K'iche'	17.	Sipakapense
4.	Chuj	11.	Ma'o	18.	Tekt'eko'
5.	Itz'at'	12.	Mogotan	19.	Tz'utujil
6.	Itz'at'	13.	Pogoman	20.	Uspanteko'
7.	Jak'it'ek'	14.	Pogomchi'	21.	Otros (Especificar)

P19 Seleccione la calidad de personería con la que actuó para realizar su trámite o gestión tributaria

### Personería

1.	Propietario
2.	Gestor Tributario
3.	Contador/ Auditor
4.	Auxiliar de Gestores
5.	Abogado y Notario
6.	Agente aduanero
7.	Asistente de agente aduanero
8.	Auxiliar de agente aduanero
9.	Mandatario
10.	Importadores
11.	Aseguradoras
12.	Otros (especificar)

Muchas gracias por su colaboración