

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
ESCUELA DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS



LOS SERVICIOS REGISTRALES Y SU INCIDENCIA EN LA
SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA SUPERINTENDENCIA
NACIONAL DE LOS REGISTROS PÚBLICOS DE TACNA, 2019.

TESIS

Presentada por:

Br. Milagros del Rosario Vargas Romero

Asesor:

Dr. Elmer Marcial Limache Sandoval

Para Obtener el Grado Académico de:

MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

TACNA – PERU
2020

AGRADECIMIENTOS

A Dios por ser la luz incondicional que ha guiado mi camino, a la Escuela de Postgrado por haberme permitido seguir desarrollándome profesionalmente, a los docentes de la Maestría en Administración y Dirección de Empresas que me brindaron nuevos conocimientos y ampliaron mi visión profesional, y a mi asesor el Dr. Elmer Limache Sandoval por ser guía y mentor en el desarrollo de la investigación.

DEDICATORIA

A toda mi familia quienes siempre son mi mayor soporte y motivación, en especial a mi madre quien me llena de fortaleza, amor y apoyo incondicional en todo lo que emprendo. Los amo familia.

INDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA	3
1.1. Planteamiento del problema	3
1.2. Formulación del problema	5
1.2.1. Interrogante principal	5
1.2.2. Interrogantes secundarios	5
1.3. Justificación de la Investigación	6
1.4. Objetivos de la Investigación	7
1.4.1. Objetivo general	7
1.4.2. Objetivos específicos	7
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	8
2.1. Antecedentes de la Investigación	8
2.2. Bases Teóricas	12
2.2.1. Servicios Registrales.	12
2.2.1.1. Servicios	12

2.2.1.2.	Calidad	16
2.2.1.3.	Servicios Públicos	20
2.2.1.4.	Servicios Registrales	22
2.2.2.	Satisfacción de los Usuarios	24
2.2.2.1.	Satisfacción	24
2.2.2.2.	Medición de la Satisfacción	29
2.2.2.3.	Usuarios	32
2.2.3.	Superintendencia Nacional de los Registros Públicos	33
2.3.	Definición de conceptos	39
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO		41
3.1.	Hipótesis	41
3.1.1.	Hipótesis general	41
3.1.2.	Hipótesis nula	41
3.1.3.	Hipótesis específica	41
3.2.	Variables	42
3.2.1.	Identificación de la variable independiente	42
3.2.1.1.	Indicadores	42
3.2.1.2.	Escala de medición	43
3.2.2.	Identificación de la variable dependiente	43
3.2.2.1.	Indicadores	44
3.2.2.2.	Escala de medición	45
3.3.	Tipo y Diseño de Investigación	45
3.4.	Nivel de Investigación	45

3.5. Ámbito y Tiempo Social de la Investigación	45
3.6. Población y muestra	46
3.6.1. Unidad de estudio	46
3.6.2. Población	46
3.6.3. Muestra	46
3.7. Procedimiento, Técnicas e Instrumentos	47
3.7.1. Procedimiento	47
3.7.2. Técnicas	47
3.7.3. Instrumentos	47
3.7.4. Técnicas de procesamiento	47
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	49
4.1. Descripción del trabajo de campo	49
4.2. Diseño de la presentación de los resultados	49
4.3. Resultados	50
4.4. Pruebas Estadísticas	61
4.5. Discusión de Resultados	67
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	71
5.1. Conclusiones	71
5.2. Recomendaciones o propuesta	72
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	73
ANEXOS	76

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Prueba de Normalidad	50
Tabla 2: Sexo	51
Tabla 3: Edad	51
Tabla 4: Distrito	52
Tabla 5: Variable Independiente – Servicios Registrales	53
Tabla 6: Dimensión de Tangibilidad	53
Tabla 7: Dimensión de Seguridad	54
Tabla 8: Dimensión de Responsabilidad	54
Tabla 9: Dimensión de Confiabilidad	55
Tabla 10: Dimensión de Empatía	56
Tabla 11: Variable Dependiente – Satisfacción de los Usuarios	56
Tabla 12: Dimensión de Calidad Funcional	57
Tabla 13: Dimensión de Calidad Técnica	57
Tabla 14: Dimensión de Valor de Servicio	58
Tabla 15: Dimensión de Confianza	58
Tabla 16: Dimensión de Expectativas	59
Tabla 17: Tabla Cruzada Variable Independiente y Variable Dependiente	60
Tabla 18: Correlaciones	61
Tabla 19: Variable Independiente	62
Tabla 20: Hipótesis Especifica 1	63
Tabla 21: Variable Dependiente	64

Tabla 22: Hipótesis Específica 2	65
Tabla 23: Significancia de Regresión (prueba F)	66
Tabla 24: Significancia de Regresión (prueba T)	67

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Organigrama Institucional

38

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo determinar la incidencia de los servicios registrales en la satisfacción de los usuarios de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos de Tacna, 2019. Siendo de tipo básica no experimental (transeccional - descriptivo),

El nivel de investigación es analítico descriptivo y explicativo. La población está conformada por la población electoral de la ciudad de Tacna, siendo 254,799 habitantes, con un tamaño de muestra de 384 usuarios, obtenidos con un nivel de confianza del 95% y un margen de error 5%. La técnica de recolección de datos es la encuesta, siendo como instrumento el cuestionario que es validado por expertos.

Con el estudio se demuestra que existe correlación alta entre las variables, confirmando la incidencia positiva y significativa entre los servicios registrales y la satisfacción de los usuarios de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos de Tacna.

Palabras clave: Servicio, calidad, atención al cliente, satisfacción, usuario.

ABSTRACT

The objective of this research was to determine the incidence of registry services in the satisfaction of the users of the National Superintendence of Public Registries of Tacna, 2019. Being of a non-experimental basic type (transectional - descriptive).

The level of research is descriptive and explanatory analytical. The population is made up of the electoral population of the city of Tacna, with 254,799 inhabitants, with a sample size of 384 users, obtained with a 95% confidence level and a 5% margin of error. The data collection technique is the survey, being as instrument the questionnaire that is validated.

The study shows that there is a high correlation between the variables, confirming the positive and significant incidence between the registry services and the satisfaction of the users of the National Superintendence of Public Registries of Tacna.

Keywords: Service, Quality, Customer Service, Satisfaction, Username.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad las organizaciones difunden y promocionan la gran importancia del usuario al momento de brindar un servicio, sin embargo, no se reconoce a cabalidad si se realiza correctamente lo normado y/o establecido; en donde se perciba que el usuario realmente está satisfecho y alcanzó sus expectativas durante el servicio.

Las instituciones públicas brindan servicios orientados al usuario, donde se involucran diferentes factores, procesos y personas; como es en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos de Tacna, institución que congrega un gran número de usuarios quienes buscan seguridad jurídica de sus actos y bienes, siendo el servicio registral de gran importancia para toda la sociedad.

En este contexto, se consideró importante desarrollar la tesis titulada “LOS SERVICIOS REGISTRALES Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE LOS REGISTROS PÚBLICOS DE TACNA, 2019”, bajo esta perspectiva la investigación orienta a dar respuestas concretas de la situación real y la problemática que puedan presentarse en las diversas áreas que brinda el servicio registral.

De acuerdo a las normas y reglamentos de la Escuela de Postgrado de la Universidad Privada de Tacna, la presente investigación está dividida en cinco Capítulos:

En el Capítulo I, se realizó el planteamiento del problema, formulación de problemas y objetivos de la investigación.

En el Capítulo II, se desarrolló el marco teórico en el cual se describe los antecedentes de la investigación, definición de conceptos y fundamenta a través de las bases teóricas los enfoques de las variables.

En el Capítulo III, se desarrolló el marco metodológico, a través de la determinación de la hipótesis, la identificación de las variables (independiente y dependiente), como el tipo y diseño de la investigación.

Además, se presenta el ámbito social conociendo la población y muestra de la investigación. El método, sugirió la utilización de las técnicas de encuesta, generando dos cuestionarios como instrumentos relacionados y derivados de las mismas.

En el Capítulo IV, se desarrolló la descripción del trabajo de campo considerando los resultados, la prueba estadística y la comprobación de hipótesis.

En el Capítulo V, se finaliza la investigación con las conclusiones y recomendaciones, donde se determina que existe correlación positiva alta de 0.847, entre los servicios registrales y la satisfacción de los usuarios.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema

Los servicios públicos que brinda el Estado están orientados a cubrir las necesidades básicas de toda la nación, por ello el correcto funcionamiento de los procesos y la atención que se le brinde es primordial para el desarrollo del país, siendo fines serviciales y no lucrativos. Sin embargo, las entidades carecen de una atención personalizada y un monitoreo constante en el desarrollo del servicio, además por ser organismos descentralizados limitan una prestación uniforme e íntegra en todas las regiones.

En la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP) de Tacna, se realizan diferentes procedimientos de orden registral para obtener seguridad jurídica y legal ante la sociedad. Por ello, se congrega un gran número de personas que buscan un servicio personalizado en orientación y atención durante su permanencia en la entidad, siendo la mayoría trámites presenciales en donde involucran aún más al ciudadano.

En la entidad se encuentran distribuidas las diferentes áreas de servicio registral y existe señalización para acceder a ellos, sin embargo, los usuarios no se ubican fácilmente, ya que realizan fila de atención en el lugar incorrecto y con los requisitos incompletos, debido a no recurrir a las primeras fuentes de

información que son las áreas de informes u orientación, como es también la ausencia y falta de un orientador al ingreso del recinto.

El personal no cuenta con un protocolo de atención, que permita uniformidad en la información con un mismo lenguaje, para así cubrir la necesidad del usuario inmediatamente sin generar incomodidades o descontentos posteriores. En ocasiones el personal no se encuentra en las áreas de atención y no se abastecen para atender a todos los usuarios.

A pesar de existir diferentes medios de comunicación (página web, App, paneles y otros) para llegar fácilmente a los usuarios no se logra la aceptación y entendimiento de los servicios registrales. Por ello, se identifica que la mayoría de los usuarios son adultos mayores, quienes recaban la información con mayor lentitud y dificultad; siendo además de diferentes realidades sociales donde limita su mayor entendimiento.

Se percibe que el usuario desconoce diferentes términos y procedimientos para acceder a los servicios registrales, siendo un problema frecuente la falta de conocimiento y de una educación registral. Por tal motivo, el usuario muestra incomodidad y rechazo al cumplimiento de los procedimientos registrales, destacando diferentes factores que intervienen en el servicio, como son tiempo de espera, tasas registrales (costo) y el tipo de atención que ofrezca el personal.

Todo ello, puede mejorar si se ofrece una mejor atención a través de un dialogo más directo con el usuario, donde se muestre interés en satisfacer y cubrir su necesidad, en el cual no solo se ofrezca el producto que soliciten, sino mucho más. Considerando las necesidades del usuario (quien es el consumidor), las cuales son básicas para lograr un buen servicio, conociendo e identificando claramente la misión del servicio registral; siendo necesario definir el costo que genere para la entidad en proponer algún cambio de mejora con el fin de lograr

un buen servicio, como también mantener la comodidad y la comunicación necesaria para cada atención.

En consecuencia, la presente investigación busca proponer mejoras en el servicio registral identificando las diferentes aristas que existen en la atención, por ello, se propone seguir optimizando en las redes de información, de manera más directa cercana al ciudadano y a las organizaciones públicas como privadas, donde permitan concientizar más al usuario con mayor involucramiento en el tema registral, donde adquieran información real. Para lograr seguridad y confianza en los servicios registrales, que son generados de una persona a otra en busca de la calidad.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Interrogante principal.

¿Los servicios registrales inciden en la satisfacción de los usuarios de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos de Tacna, 2019?

1.2.2. Interrogantes secundarios.

¿Cómo son los servicios registrales de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos de Tacna, en el hall de atención?

¿Cómo es la satisfacción de los usuarios de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos de Tacna, ante la información registral?

1.3. Justificación de la Investigación

La investigación se realiza porque se percibe descontento e incomodidad por parte de los usuarios durante el servicio, lo que genera un incremento de reclamos y quejas hacia la entidad, por ello, la razón de la investigación son los usuarios quienes son la fuente principal evaluadora del servicio registral.

Por tal motivo, el desconocimiento de términos y de los procedimientos registrales que muestran los usuarios con frecuencia, son posibles indicadores que inciden en el nivel de satisfacción, siendo estas razones básicas para realizar la investigación y lograr identificar el nivel real de satisfacción de los usuarios sobre los servicios registrales.

Asimismo, por ser parte del equipo humano que brinda el servicio registral me permite conocer directamente a la unidad de investigación e identificar los diferentes sucesos que intervienen en el servicio y su incidencia en la satisfacción de los usuarios.

La investigación será fructífera, ya que al acercarse más al usuario permitirá conocer sus diferentes opiniones e inquietudes hacia el servicio, siendo información verídica, con lo que se logrará proponer y determinar mejoras orientadas a un destacado desenvolvimiento en el servicio registral.

Además, la investigación se enmarca en las líneas de investigación de la Escuela de Post Grado de la Universidad Privada de Tacna, siendo el enfoque en administración y organización para la atención de la demanda insatisfecha.

1.4. Objetivos de la Investigación

1.4.1. Objetivo general.

Determinar la incidencia de los servicios registrales en la satisfacción de los usuarios de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos de Tacna, 2019.

1.4.2. Objetivos específicos.

Evaluar los servicios registrales de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos de Tacna.

Evaluar la satisfacción de los usuarios de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos de Tacna.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación

Los antecedentes de la investigación están constituidos por trabajos relacionados al objeto de estudio, que aportan información valiosa para la investigación, se destacan estudios a nivel internacional y nacional.

a) Investigación Internacional

Jirón (2015) en su estudio tiene por objetivo evaluar el incremento de la eficiencia de los procesos para inscribir un trámite registral, como el tiempo promedio, el costo de trámite registral y la productividad del personal registral, siendo la medición a través de métodos cuantitativos de cálculos de tiempo y costos de los tramites, como los métodos cualitativos de encuestas y grupos focales de operadores y usuarios, con el propósito de recoger su percepción sobre la calidad y eficiencia de los servicios.

La relación que se obtiene con el trabajo de investigación es la búsqueda de la eficiencia en los procesos registrales, como reconocer los factores de costos y tiempo del trámite para identificar la calidad del servicio. Es así, que se rescata los diferentes métodos de medición para identificar la operatividad del servicio, como son los sistemas tecnológicos y el personal calificado relevantes para su calificación.

La diferencia con el trabajo de investigación es el hincapié a los procesos operativos de costo y tiempo, que se indaga en la investigación internacional. Siendo factor importante para reconocer la operatividad del servicio, sin embargo, la presente investigación busca identificar el nivel de satisfacción que los usuarios poseen ante dicho servicio registral.

La Facultad de Ciencias Administrativas de Quito (2018) en su investigación tiene por objetivo determinar el nivel de aplicación de la normativa legal sobre el servicio de calidad y la cultura interna en las instituciones públicas de Ecuador, siendo métodos cualitativos proponiendo realizar una encuesta dirigida a funcionarios públicos, destacando los parámetros de liderazgo, estrategia y planificación, procesos, talento humano, entre otros.

La información permite reconocer el desenvolvimiento que tiene una entidad pública, ya que difiere de una entidad privada, por el cumplimiento normativo interno y estratégico que generalmente está enfocado. Se reconoce el poco interés de las instituciones públicas a la plena satisfacción de la ciudadanía, por ello dichas las instituciones deben mejorar en sus procesos desde la normativa, desarrollando planes de mejoras dirigidas hacia el cliente y a la calidad del servicio.

Por consiguiente, se destaca el comportamiento del usuario como la variable de medición referente a la satisfacción, donde se reconoce que el servicio público se basa en servir y no en vender. Es así, que no se debe de descuidar el tipo de atención ya que es relevante para lograr la satisfacción del usuario.

b) Tesis Nacionales

Rojas G. (2017) en su investigación tiene como objetivo determinar la influencia de la calidad del servicio en la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Pueblo Nuevo, Provincia de Chíncha, Región Ica, en el año 2016, con una metodología hipotético-deductivo el cual consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares y con diseño no experimentales transversales por recolectar datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado, a través de una muestra de 138 ciudadanos.

La investigación permite identificar el grado de influencia y los factores que intervienen en la calidad de servicio, siendo significativo el grado de influencia que existe entre el servicio y la satisfacción de los usuarios. Dicha investigación es similar al estudio realizado por el interés de conocer y determinar la influencia de los servicios en la satisfacción de los usuarios, lo que permite identificar el grado de relevancia e incidencia, ya que depende de diferentes factores para lograr un buen servicio donde alcance las expectativas de los usuarios, quienes son la fuente principal y el fin de toda organización.

Sin embargo, la investigación realizada por Rojas Gutiérrez utiliza una metodología hipotético - deductivo, donde observa el fenómeno y crea una hipótesis deduciendo las consecuencias o proposiciones más elementales de la propia hipótesis, por ello difiere en este estudio al considerar una metodología descriptivo y explicativo, considerando con mayor amplitud al describir la realidad y explicar los diferentes sucesos o situaciones de la fuente de estudio.

Robalino Cáceres (2017) en su estudio tiene por objetivo encontrar en que medida la seguridad jurídica se relaciona con la calidad de servicio que brinda la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos de Pucallpa, siendo su metodología descriptivo-correlacional, donde se observa situaciones existentes

en un solo momento y tiempo determinado, la investigación se realizó con una muestra de 512 usuarios.

Se concluye que todo servicio está ligado a la calidad, siendo la seguridad jurídica un factor relevante para la institución incidiendo en los usuarios constantemente, a través de los servicios registrales y la atención. Por ello, se rescata que la gestión jurídica y los valores institucionales dentro de la Zona Registral mejoran, a través de las facilidades del servicio registral y ausencia de errores en el plan de trabajo que se muestra, siendo de gran aporte para la investigación.

El trabajo de investigación difiere con la Tesis en la relevancia del comportamiento del usuario, se reconoce que el servicio de calidad busca alcanzar toda entidad, sin embargo, es gradual el cambio ya que influyen diferentes factores internos y externos de la entidad. Se considera que el usuario presenta diferentes estadios y personalidades durante el servicio.

Mori Rivera (2017) presenta en su investigación el objetivo de determinar el nivel de calidad de servicio en el trámite documentario del usuario en la SUNARP, siendo su metodología descriptivo-comparativa, ya que está orientada a analizar la realidad, pero en base a la variable de la investigación, con una muestra de 384 usuarios.

Con el trabajo de investigación, se identifica que existe diferencia entre percepción y expectativa en la calidad de servicio en el trámite documentario, presentándose deficiencias del trámite documentario, como molestias y reclamos por parte de los usuarios al momento de conocer el resultado o ausencia de su trámite, ya que existe un plazo para entregas e inscripciones, el usuario aún se encuentra desconforme y carece de conocimiento en la relevancia y cautela que genera cada acto registral. Siendo esta investigación relevante para conocer a plenitud la problemática de la institución.

La investigación permite conocer a profundidad uno de los servicios registrales, como es tramite documentario, y la diferencia de la investigación es de encontrar la incidencia con el usuario, conociendo el nivel de satisfacción y los diferentes indicadores que se presentan en el desarrollo del servicio.

Es así, que la diferencia y aporte para el presente trabajo de investigación, es la de encontrar el grado de incidencia de los servicios registrales y reconocer a amplitud como operan. Con la finalidad de lograr la satisfacción del usuario, ya que es factor relevante para obtener un servicio de calidad. A través, de mejoras en los procesos de la entidad pública, lugar donde ocurre mayores falencias a nivel nacional e internacional.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Servicios Registrales.

Según los servicios registrales, como variable independiente, se destacan las siguientes bases teóricas:

2.2.1.1. Servicios.

Kotler menciona que: *“Un servicio es cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra, es esencialmente intangible y no se puede poseer”*. (Armstrong, Fundamentos del Marketing, 2013)

Brindar un servicio no solo indica ofrecer un producto (tangible o intangible), sino más bien, ofrecer emociones y momentos, ya que las personas interactúan directamente involucrando diferentes comportamientos y estadios. Esta acción se puede percibir y calificar de acuerdo al nivel de asistencia que se obtuvo en el servicio.

Lamb, Hair y McDaniel mencionan: “*Un servicio es el resultado de la aplicación de esfuerzos humanos o mecánicos a personas u objetos. Los servicios se refieren a un hecho, un desempeño o un esfuerzo que no es posible poseer físicamente*”. (Lamb Charles, 2002)

La participación e involucramiento que tiene el personal durante el servicio es esencial para cumplir el objetivo, por ello, son calificados y preparados para un buen desempeño, siendo además importante las cualidades innatas orientadas a brindar más allá de un buen servicio, logrando así la fidelización.

Etzel y Walker indican que las: “*Actividades identificables e intangibles son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades*”. (Stanton William, 2004)

El comportamiento organizacional ofrece una guía valiosa para ayudar a que los gerentes creen una cultura de sensibilidad ante el cliente, aquella donde los trabajadores establecen empatía con los clientes, los hacen sentir cómodos, demuestran un interés genuino y muestran apertura ante la situación específica de cada consumidor.

Con dichas teorías se rescata la importancia del comportamiento humano, donde las personas son la fuente esencial para brindar un buen servicio, ya que interactúan directamente y presentan sus cualidades en un determinado momento, siendo el servicio una acción más emotiva y conductual.

Según la norma ISO 9000 – Control y Gestión de Calidad, un servicio tiene como resultado llevar a cabo al menos una actividad en la interfaz entre el proveedor y el cliente, donde el servicio generalmente es intangible. La prestación de un servicio puede implicar:

- Una actividad realizada sobre un producto tangible suministrado por el cliente (por ejemplo, reparación de un automóvil);
- Una actividad realizada sobre un producto intangible suministrado por el cliente (por ejemplo, la declaración de ingresos necesaria para preparar la devolución de los impuestos);
- La entrega de un producto intangible (por ejemplo, la entrega de información en el contexto de la transmisión de conocimiento);
- La creación de una ambientación para el cliente o consumidor (por ejemplo, en hoteles y restaurante).

Características de los servicios:

Jimena Oses (2016) determina cuatro características propias de los servicios, siendo las siguientes:

- **Intangibilidad:** Los servicios no son objetos, más bien son resultados de un cierto proceso. No se pueden ver, degustar, sentir, oír ni oler antes de su adquisición. No hay forma de mostrarle a tu cliente una idea previa, ni enviarle una muestra, ni diferenciarte de la competencia por aspectos tangibles: la comodidad, la atención, la tranquilidad, la rapidez, el buen servicio, no pueden demostrarse con facilidad. Si bien las experiencias previas y las de otros clientes permiten dar una idea del resultado esperado y crear una reputación, el servicio en sí solo se presta cuando se contrata. Incluso, en muchos casos, el mejor servicio es aquel que no se nota (por ejemplo, un proceso sin conflictos o la organización efectiva de un evento).

- **Inseparabilidad:** Muchos servicios se producen y consumen al mismo tiempo, incluso con participación del cliente en el proceso: escuela, banco, dentista, hotel, restaurante, transporte. Esto genera que la interacción entre el cliente y la empresa sea un evento crítico, un momento de verdad: si se prestó bien el servicio, pocas veces el cliente lo destaca, pero si se prestó inadecuadamente, no se puede anular esa experiencia y crear una nueva (frente a los productos, que sí se pueden devolver o reemplazar).

- **Heterogeneidad:** Cada prestación de servicios es una experiencia única. La alta variabilidad de los servicios es un problema para la estandarización. Aun con pautas y recursos similares, los resultados pueden ser muy variables de empleado a empleado, de cliente a cliente, de día a día. Esto dificulta poder asegurar una calidad uniforme, lo que puede ser una causa importante de insatisfacción del cliente.

- **Caducidad:** Los servicios no pueden almacenarse en un inventario, esperando que los clientes aparezcan. La caducidad es un rasgo también de algunos productos, pero en el caso de los servicios, es inmediata ya que no es posible acumularlos. Si no se usa cuando está disponible, la capacidad del servicio se pierde (ejemplo: habitaciones de hotel sin turistas, peluqueros sin clientes, taxis vacíos). El mayor problema son las fluctuaciones de la demanda. El desafío será realizar ajustes para equilibrar la oferta y la demanda.

2.2.1.2. Calidad.

Según, Joseph M. Duran indica que: *“El Objeto de Planificar la calidad es suministrar a las fuerzas operativas los medios para obtener productos que puedan satisfacer las necesidades de los clientes”*. (Juran, 2016, pág. 10)

Reconocer a las fuerzas operativas como valor esencial en la organización es importante para el mejor desenvolvimiento del servicio, ya que es la fuente que interactúa con el cliente. Por ello, se debe brindar todas las facilidades y suministros para lograr una atención de calidad.

Kaoru Ishikawa define que: *“Practicar en control de Calidad es desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener un producto de calidad que sea económico y más útil para el consumidor”*. (Ishikawa, 2016, pág. 13)

A través de una comunicación abierta se logra reconocer las diferentes causas y efectos de un problema, con el propósito de identificar alternativas de mejora para un mejor servicio, cumpliendo con el control de calidad.

Edward Deming precisa que es: *“Eliminar barreras que impiden al trabajador hacer un buen trabajo”*. (Deming, 2016, pág. 11)

El personal desarrolla sus actividades como indica el manual de funciones en la organización, sin embargo, en muchas ocasiones existe burocracia para la toma de decisiones. Por ello, al personal se debe brindar todas las facilidades para agilizar la atención y evitar demoras, en busca de una organización lineal.

Según, Philip B. Crosby: *“La calidad es gratis, es suplir los requerimientos de un cliente, al lograr cumplir con estos logramos cero defectos”*. (Crosby P. B., 2016, pág. 12)

Se basa en que la calidad puede ser medida y utilizada para mejorar resultados empresariales, por ello, la ausencia de defectos durante el servicio genera beneficios para el cliente y la empresa.

Las diferentes teorías son de gran aporte, ya que se reconoce a mayor amplitud lo que es calidad y/o servicio de calidad, términos fundamentales que deben de aplicarse en toda organización para lograr un buen servicio, donde se involucren todas las áreas, procesos y personas para un desarrollo eficiente y eficaz.

Juran (2016), resume todas las definiciones de calidad en un solo concepto: “Calidad es la idoneidad, aptitud o adecuación al uso”. La idoneidad, aptitud o adecuación al uso es la propiedad de un bien o servicio que contribuye a satisfacer las necesidades de los clientes. Está terminada por aquellas características reconocidas por el consumidor como beneficiosas para él; por este motivo se juzga según la percibe el usuario y no según la ve el proveedor. El concepto de idoneidad entraña tener en cuenta las necesidades del cliente en el diseño del producto, que debe satisfacerlas, y desarrollarlo cumpliendo las especificaciones de aquél.

Existe también el control de calidad, la garantía de calidad y la gestión de calidad son conceptos que están relacionados con la calidad en la industria y los servicios. Estos conceptos se utilizan en diversas áreas a través de indicadores de calidad, como los estándares o normas de calidad, por ejemplo, ISO 9000, ISO 14000, y otros, definidos por la Organización Internacional de Normalización desde 1947.

Dimensiones de la Calidad de Servicio:

De acuerdo con diversas investigaciones los clientes no perciben la calidad como un concepto de una sola dimensión; es decir, las valoraciones de los clientes de la calidad se basan en la percepción de múltiples factores.

Para A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml y Leonard L. Berry (1985) los consumidores toman en cuenta cinco dimensiones para valorar la calidad de los servicios.

- **Tangibles:** Representación física del servicio, se define como tangibles a la apariencia de las instalaciones físicas, el equipo, el personal y los materiales de comunicación. Todos ellos transmiten representaciones físicas o imágenes del servicio que los clientes, y en particular los nuevos, utilizarán para evaluar la calidad.
- **Confiabilidad:** Entregar lo que se promete, se define como la capacidad para cumplir la promesa del servicio de manera segura y precisa. En su sentido más amplio, la confiabilidad significa que la empresa cumpla sus promesas-lo convenido acerca de la entrega, la prestación del servicio, la solución de problemas, particularmente las que se relacionan con los atributos del servicio básico. Todas las empresas necesitan informarse acerca de las expectativas de confiabilidad de sus clientes. Las compañías que no prestan el servicio básico que los clientes piensan que están comprando, pierden sus clientes de la manera más directa.
- **Capacidad de respuesta o Responsabilidad:** Estar dispuesto a ayudar, es la voluntad de colaborar con los clientes y de prestar el servicio con prontitud. Esta 45 dimensión destaca la atención y la prontitud con la que se hace frente a las solicitudes, las preguntas las reclamaciones y los

problemas de los clientes. La capacidad de respuesta se comunica a los clientes a través del lapso de tiempo que deben esperar para recibir la asistencia, la respuesta a sus preguntas o la atención de sus problemas; también comprende la noción de flexibilidad y la capacidad para personalizar el servicio a las necesidades del cliente. Con el propósito de sobresalir en esta dimensión, la empresa debe asegurarse de observar el proceso de la prestación del servicio y del manejo de las solicitudes desde el punto de vista del cliente y no desde su propio punto de vista. Los estándares de rapidez y prontitud que responden a la visión que tiene la compañía respecto de los requerimientos de rapidez y prontitud del cliente.

- **Seguridad:** Inspirar buena voluntad y confianza, se define como el conocimiento y la cortesía de los empleados, y la capacidad de la empresa y sus empleados para inspirar buena voluntad y confianza. Durante las primeras etapas de una relación es posible que el cliente utilice las evidencias tangibles para valorar la dimensión de la seguridad.

- **Empatía:** Tratar a los clientes como personas, se define como la atención cuidadosa e individualizada que la empresa les brinda a sus clientes. La esencia de la empatía consiste en transmitir a los clientes, por medio de un servicio personalizado o adecuado, que son únicos y especiales. Los clientes quieren sentir que son importantes para las empresas que les prestan el servicio y que éstas los comprenden. Con frecuencia el personal de las pequeñas empresas identifica a los clientes por su nombre y construye relaciones que reflejan su conocimiento personal de los requerimientos y las preferencias de cada cliente.

Todas las dimensiones son importantes para el cliente, pero hay algunas que tienen mayor prioridad dependiendo el interés del cliente.

2.2.1.3. Servicios Públicos.

Según, La Presidencia del Consejo de Ministros: *“Los servicios públicos son todas aquellas actividades llevadas a cabo por los organismos del Estado o bajo el control y la regulación de este, cuyo objetivo es satisfacer las necesidades de una colectividad”*. (Ministros, 2019)

La importancia de los servicios públicos radica en la necesidad de satisfacer determinadas exigencias para el buen funcionamiento de la sociedad, y para favorecer y realizar efectivamente el ideal de igualdad y bienestar.

Por lo general, los servicios públicos tienen carácter gratuito o su costo es muy bajo o está subsidiado, pues su finalidad no es el lucro sino atender las demandas sociales.

La Presidencia del Consejo de Ministros, pone a disposición de las entidades de la administración pública una herramienta de gestión que oriente a la mejora de los bienes y servicios otorgados, y de esa forma contribuir con la mejora de la calidad de vida de las personas. A través del modelo para la Gestión de la Calidad de Servicio que se estructura con seis componentes orientados a repercutir en aquello que las personas valoran.

Conocer la importancia de brindar un servicio de calidad y mostrar interés en lograr la satisfacción de los clientes, es un compromiso de todo servidor público. Por ello, los componentes que destaca dicha Norma Técnica son necesarios conocer y aplicar en todo el ámbito organizacional, se destaca los siguientes:

- **Conocer las necesidades y expectativas de las personas:** La entidad debe aplicar este componente de manera inicial y periódica, considerando que la información recabada servirá de insumo para la aplicación de los otros componentes que conforman el Modelo para la Gestión de la Calidad de Servicio.
- **Identificar el valor del servicio:** Este componente sugiere que, con base en las necesidades y expectativas de las personas, la entidad realice la revisión del valor de los bienes y servicios que ofrece y/o identifique la necesidad de reestructurar o diseñar nuevos bienes y servicios dentro del ámbito de su competencia.
- **Fortalecer el servicio:** Este componente sugiere que, con base en la identificación del valor del servicio, la entidad determine e implemente los elementos de los bienes y servicios que deban ser diseñados, mejorados o reestructurados, donde permita una entrega adecuada y oportuna de los bienes y servicios, y a la mejora de la experiencia Personas-Estado. Los elementos de los bienes y servicios pueden ser el personal, recursos, proveedores, procesos, infraestructura, tecnología, condiciones en la entrega u otros específicos de los bienes y servicios brindados por la entidad.
- **Medir y analizar la calidad de servicio:** Este componente sugiere que la entidad aplique, de forma periódica, mediciones de los indicadores de calidad y que a partir de los resultados se tomen decisiones en pro de la mejora de los bienes y servicios.
- **Liderazgo y compromiso de la Alta Dirección:** La Alta Dirección de cada entidad debe demostrar su liderazgo y compromiso con la Norma

Técnica para la Gestión de la Calidad de Servicios de manera activa y visible.

- **Cultura de calidad en el servicio a las personas:** Este componente sugiere que la Entidad implemente acciones que les permita a las personas que integran la entidad, interiorizar la calidad de bienes y servicios en sus comportamientos y actividades diarias.

La cultura de calidad es una condición clave en las entidades, no solo para lograr una implementación efectiva de la misión, visión, principios y valores de la entidad, sino principalmente, para satisfacer a la persona. Dicha cultura es conducida por la Alta Dirección y puesta en práctica por los servidores públicos.

2.2.1.4. Servicios Registrales.

Según, La Superintendencia Nacional de los Registros Públicos: “*Es inscribir y publicitar actos, contratos, derechos y titularidades de los ciudadanos mediante un servicio de calidad accesible, oportuna y predecible*”. (SUNARP, 2019)

Los servicios de inscripción y publicidad registral, se realizan por medio de las oficinas registrales y de oficinas receptoras, el uso de plataformas virtuales, servicios móviles del Aplicativo (APP) SUNARP, actividades de promoción y difusión de los servicios.

Los servicios registrales buscan acceso a la seguridad jurídica de las transacciones económicas y sociales a través de la inscripción registral, la cual debe realizarse de manera oportuna teniendo como referencia los plazos normativos establecidos y con calidad.

La Superintendencia Nacional de los Registros Públicos es el ente que brinda dichos servicios, siendo en los siguientes registros:

- **Registro de Personas Naturales**, que comprende: El registro de Mandatos y Poderes, el Registro de Testamentos, el registro de Sucesiones Intestadas, el Registro Personal, el Registro de Comerciantes, y el Registro de Gestión de Intereses.

- **Registro de Personas Jurídicas**, que comprende: El Registro de Personas Jurídicas (incluyendo al Registro de Asociaciones, Fundaciones, Comités, Cooperativas, Sociedades Civiles, Libro de Comunidades Campesinas y Nativas, y el d Empresas de Propiedad Social, de Derecho Público y demás que establezca la Ley), el Registro de Sociedades (incluye a todas las Sociedades de la Ley General de Sociedades), el Registro de Sociedades Mineras, el Registro de Sociedades de Registro Público de Hidrocarburos, el Registro de Sociedades Pesqueras y el Registro de Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada.

- **Registro de Propiedad Inmueble**, que comprende: El Registro de Predios, el Registro de Concesiones para la explotación de los Servicios Públicos, el Registro de Derechos Mineros, el Registro de Áreas Naturales Protegidas, y el Índice de Verificadores.

- **Registro de Bienes Muebles**, que comprende: El Registro de Propiedad Vehicular, el Registro de Naves, el Registro de Aeronaves (incluye Aeronaves y Motores de Aeronaves), el Registro de Embarcaciones Pesqueras, el Registro de Buques, el Registro Mobiliario de Contratos, el Registro de Bienes Muebles vinculados a la actividad minera, y el Registro de Martilleros Públicos.

Los servicios registrales lo brindan personal técnico y profesional especializado en las diferentes oficinas a nivel nacional.

2.2.2. Satisfacción de los Usuarios.

Según la satisfacción de los usuarios, como variable dependiente, se destacan las siguientes bases teóricas:

2.2.2.1. Satisfacción.

Según, Philip Kotler: *“La satisfacción es el nivel de estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas”*. (Kotler, 2001)

El resultado esperado luego de ofrecer un servicio es haber cubierto las necesidades del cliente, por ello alcanzar sus expectativas y deseos es haber cumplido con el objetivo de toda organización, lograr la satisfacción del cliente.

La satisfacción de los clientes depende del desempeño que se percibe en un producto en cuanto a la entrega de valor en relación con las expectativas del comprador. Si el desempeño del producto no alcanza las expectativas, el comprador quedará insatisfecho. Si el desempeño coincide con las expectativas, el comprador quedará encantado.

La satisfacción se define como la diferencia entre las expectativas y la percepción del cliente respecto al producto o servicio ofrecido.

Por ello, la importancia de la satisfacción del cliente en el mundo empresarial reside en que un cliente satisfecho será un activo para la compañía debido a que probablemente volverá a usar sus servicios o productos, volverá a

comprar el producto o servicio o dará una buena opinión al respecto de la compañía, lo que conllevará un incremento de los ingresos para la empresa.

Elementos de la Satisfacción del Cliente:

Kotler y Armstrong (2003), demuestran que la satisfacción del cliente está conformada por tres elementos, como se indica a continuación:

- **Rendimiento Percibido:** Se refiere al desempeño (en cuanto a la entrega del valor) que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio. Dicho de otro modo, es el “resultado” que el cliente “percibe” cuando obtiene el producto o servicio que adquirió.

El rendimiento percibido tiene las siguientes características:

- Se determina desde el punto de vista del cliente, no de la empresa.
- Se basa en los resultados que el cliente obtiene con el servicio.
- Está basado en las percepciones del cliente, no necesariamente en la realidad.
- Sufre el impacto de las opiniones de otras personas que influyen en el cliente.
- Depende del estado de ánimo del cliente y de sus razonamientos.

Dada su complejidad el “rendimiento percibido” puede ser determinado luego de una exhaustiva investigación que comienza y termina en el “cliente”.

- **Las expectativas:** Son las esperanzas que los clientes tienen por conseguir algo. Las expectativas de los clientes se producen por el efecto de una o más de estas cuatro situaciones.

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

En la parte que depende de la empresa, esta debe tener cuidado de establecer el nivel correcto de expectativas. Por ejemplo: si las expectativas son demasiado bajas, no se atraerán suficientes clientes; pero si son muy altas, los clientes se sentirán decepcionados luego de la compra.

Un detalle muy interesante sobre este punto es que la disminución en los índices de satisfacción del cliente no siempre significa una disminución en la calidad de los productos o servicios; en muchos casos son los resultados de un aumento en las expectativas del cliente, situación que atribuye a las actividades de mercadotecnia (en especial, de la publicidad y las ventas personales).

En todo caso es de vital importancia monitorear “regularmente” las “expectativas” de los clientes para determinar lo siguiente:

- Si están dentro de lo que la empresa puede proporcionarles.
 - Si están a la par, por debajo o encima de las expectativas que genera la competencia.
 - Si coinciden con lo que el cliente promedio espera, para animarse a comprar.
- **Los niveles de Satisfacción:** Se obtienen después de la compra o adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan uno de éstos tres niveles de satisfacción:

- Insatisfacción: Se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente.
- Satisfacción: Se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del cliente.
- Complacencia: Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.

Dependiendo el nivel de satisfacción del cliente, se puede conocer el grado de lealtad hacia una marca o empresa, por ejemplo: Un cliente insatisfecho cambiara de marca o proveedor de forma inmediata (deslealtad condicionada por la misma empresa). Por su parte, el cliente satisfecho se mantendrá leal; pero, tan solo hasta que encuentre otro proveedor que tenga una oferta mejor (lealtad condicional). En cambio, el cliente complacido será leal a una marca o proveedor porque siente una afinidad emocional que supera ampliamente a una simple preferencia racional (lealtad incondicional).

Por ese motivo, las empresas inteligentes buscan complacer a sus clientes mediante prometer solo lo que pueden entregar, y entregar después más de lo que prometieron.

Fórmula para determinar el Nivel de Satisfacción:

Según Kotler y Armstrong (2003), en su estudio identifica que se puede utilizar la siguiente fórmula para determinar el nivel de satisfacción, como se indica a continuación:

$$\text{Rendimiento Percibido} - \text{Expectativas} = \text{Nivel de Satisfacción}$$

Para aplicarla, se necesita primero obtener mediante una investigación de mercado: 1) El rendimiento percibido y 2) Las expectativas que tenía el cliente antes de la compra.

Luego, se les asigna un valor a los resultados obtenidos, por ejemplo, para el rendimiento percibido se puede utilizar los siguientes parámetros:

- Excelente = 10
- Bueno = 7
- Regular = 5
- Malo = 3

En el caso de las expectativas se pueden utilizar los siguientes valores:

- Expectativas Elevadas = 3
- Expectativas Moderadas = 2
- Expectativas Bajas = 1

Para el nivel de satisfacción se puede utilizar la siguiente escala:

- Complacido: De 8 a 10
- Satisfecho: de 5 a 7
- Insatisfecho: Igual o Menor a 4

Finalmente, se aplica la fórmula. Por ejemplo: Si la investigación de mercado ha dado como resultado que el rendimiento percibido ha sido "bueno" (valor: 7), pero que las expectativas que tenían los clientes eran muy "elevadas" (Valor: 3), se realiza la siguiente operación:

- $7 - 3 = 4$

Lo que significa que el cliente está: **INSATISFECHO**

2.2.2.2. Medición de la Satisfacción.

Según un estudio, recientemente se han comenzado a emplear medidas más subjetivas o "blandas", como indicadores de la calidad. Estas medidas son blandas porque se enfocan hacia las percepciones y actitudes, en lugar de dirigirse hacia criterios más concretos y objetivos. (Anonimo, s.f.)

Con frecuencia es necesario utilizar estas medidas, porque los índices objetivos no son aplicables a la hora de evaluar la calidad de los servicios. Estas medidas blandas incluyen cuestionarios de satisfacción del cliente para determinar las percepciones y actitudes que el cliente tiene de la calidad del servicio o producto que recibe; así como cuestionarios de la actitud de los empleados, que evalúan las percepciones de los empleados con respecto a la calidad de su vida laboral.

Se destacan dos modelos teóricos de medición directa de la satisfacción de clientes: el modelo SERVQUAL y el modelo SERVPERF.

- El modelo SERVQUAL, promovido por Zeithalm, Parasuraman y Berry (1985), propone medir la calidad percibida de un servicio como la diferencia entre la percepción y la expectativa. Este modelo utiliza cuestionarios de 22 ítems, agrupados en 5 dimensiones (elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía).
- El modelo SERVPERF, desarrollado por Cronin y Taylor (1992), utiliza exclusivamente la percepción como una buena aproximación a la satisfacción del cliente. Considerando que evita molestia al entrevistado, ya que sólo se le pregunta una vez por cada ítem y, los trabajos de interpretación y de análisis son más sencillos.

Además, aunque pudiera pensarse lo contrario, con este modelo no se pierde información, ya que la incorporación de una pregunta de Satisfacción Global relacionada con el servicio o producto, permite analizar, también, la contribución de los restantes ítems al nivel de satisfacción global alcanzado. Por otro lado, los aspectos concretos que se sometan a valoración han de ser el resultado de un estudio previo de expectativas, realizado mediante la aplicación de técnicas cualitativas.

Se compone los mismos ítems y dimensiones en el SERVQUAL y SERVPERF, la única diferencia con el modelo SERVPERF es que elimina la parte que hace referencia a las expectativas de los clientes considerando solo la percepción, siendo los siguientes:

- **Tangibles:** se refiere a la parte tangible del servicio, como el equipo o el personal necesarios para otorgar el servicio.
- **Confiabledad:** se refiere a la habilidad del prestador del servicio de cumplir con la promesa de prestar el servicio adecuadamente.
- **Responsabilidad:** se refiere a la buena voluntad del prestador del servicio para ser útil y rápido al otorgar el servicio.
- **Seguridad:** se refiere al conocimiento y la cortesía de los proveedores del servicio, así como su habilidad para inspirar en los clientes confianza.
- **Empatía:** se refiere a que el cliente espera atención individual y afectuosa por parte del proveedor del servicio.

El proceso de medición de la satisfacción del cliente consta de las siguientes etapas:

- **Planificar:** Antes de iniciarse en el proceso de la medición de la satisfacción del cliente, es muy importante tener perfectamente definido quién es el cliente y con qué objetivo se va a realizar la medición. Una vez definidos quiénes son los clientes y cuáles son los objetivos que se quieren alcanzar, se tiene que planificar cómo llevar a cabo la medición de la satisfacción de los clientes, averiguando, a nivel interno, cuáles son las necesidades y expectativas de los clientes, fijando indicadores y eligiendo la metodología para llevar a cabo la medición. Y a nivel externo, preguntando directamente al cliente, siendo el método más utilizado la encuesta.

- **Ejecutar medición de la satisfacción del cliente:** Una vez definidos los atributos que se quieren medir, los indicadores que se van a controlar y la metodología que se va a emplear para la medición de los mismos, así como el método que se va a emplear para preguntar al cliente, el siguiente paso es poner en práctica lo planificado en la etapa anterior, asignando claramente las responsabilidades de cada tarea a ejecutar. Es decir, en esta etapa es cuando realmente se lleva a cabo la medición de la satisfacción del cliente, mediante el seguimiento de los indicadores y el llenado de las encuestas por los clientes.

- **Verificar análisis de los datos obtenidos:** Es realmente importante pararse a analizar los datos obtenidos de las distintas mediciones realizadas, así como la evolución de los indicadores fijados, porque a partir de ellos se va a conocer el nivel de satisfacción de los clientes detectándose: las posibles desviaciones, los puntos fuertes y débiles, las

áreas de oportunidad con el objetivo de establecer un plan de acción para mejorar los resultados de satisfacción.

- **Actuar:** Tras el análisis de los datos obtenidos y comprobando periódicamente la evolución de los indicadores establecidos, se conocerá el grado de satisfacción de los clientes con los productos y servicios y se averiguará las causas que han provocado la insatisfacción. Asimismo, si algún indicador no ha alcanzado los valores que se desean se establecerán las correspondientes acciones para conseguir los objetivos establecidos.

2.2.2.3. Usuarios.

Según, el diccionario de la Real Academia Española (RAE): “*Un usuario es quien usa ordinariamente algo. El término, que procede del latín usuarius, dicho de una persona que tiene derecho de usar de una cosa ajena con cierta limitación*”. (RAE, s.f.)

Hace mención a la persona que utiliza algún tipo de objeto o que es destinataria de un servicio, ya sea privado o público. Donde la razón de ser de la existencia del servicio público son los usuarios, que son las personas naturales o jurídicas que se benefician con la prestación de un servicio público, siendo la persona que recibe la facilidad o prestación con el fin de atender necesidades que en el contexto de Ley son esenciales.

Donald Porter, define que: “*Los clientes no esperan que seas perfecto. Esperan que les aportes soluciones cuando tiene algún problema*”. (Porter, 2014)

En la cita, muestra las facilidades y atenciones que debe brindar una entidad constantemente, hacia su cliente. Ya que ellos buscan soluciones rápidas y concretas con el fin de culminar su servicio. Lo que genera una buena comunicación y sinergia entre la organización y el usuario. Se reconoce que los clientes son el motor y pieza fundamental de toda empresa

2.2.3. Superintendencia Nacional de los Registros Públicos.

Según la Superintendencia Nacional de los Registro Públicos como ámbito de la investigación, se destaca lo siguiente:

La SUNARP es un organismo descentralizado autónomo del Sector Justicia y ente rector del Sistema Nacional de los Registros Públicos, y tiene entre sus principales funciones y atribuciones el de dictar las políticas y normas técnico - registrales de los registros públicos que integran el Sistema Nacional, planificar y organizar, normar, dirigir, coordinar y supervisar la inscripción y publicidad de actos y contratos en los Registros que conforman el Sistema.

Se crea el Sistema Nacional de Registros Públicos y la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos - SUNARP, mediante Ley N° 26366, y por Resolución Suprema N° 135-2002-JUS, se aprueba el Estatuto de la SUNARP.

La Superintendencia Nacional de los Registros Públicos, tiene vigente su Plan Estratégico Institucional de periodo 2019-2022, mediante Resolución N° 326-2018-SUNARP/SN, en el cual se indica que la visión se desarrolla a nivel del Sector Justicia y Derechos humanos y la misión se define a nivel institucional.

La actividad de la Superintendencia Nacional de los Registro Públicos (SUNARP), es brindar servicios de inscripción y publicidad registral a los

usuarios, con el fin de otorgar la seguridad jurídica a las transacciones que realizan los ciudadanos.

La SUNARP brinda sus servicios, en los siguientes Registros:

- Registro de Personas Naturales
- Registro de Personas Jurídicas
- Registro de Propiedad Inmueble
- Registro de Bienes Muebles

Todo ello, llega a los usuarios a través del **Servicio de Publicidad Registral**, donde la SUNARP administra un sistema que permite el conocimiento efectivo del contenido de las partidas registrales inscritas en los Registros Públicos del país, sea a través de ventanilla, en las oficinas registrales en el ámbito nacional o vía Internet. Los servicios se materializan en la expedición de los siguientes certificados: Copia informativa o copia simple, Certificados literales de partidas y Compendiosos Certificado negativo de propiedad, Certificado negativo de sucesión intestada y testamentos, Certificado de gravamen, Certificado de búsqueda catastral, Vigencia de poder, Otros.

Existen 14 Zonas Registrales, en las cuales se encuentran 73 Oficinas Registrales incluidas las Sedes Zonales y 116 Oficinas Receptoras, lo cual hacen un total de 189 oficinas a nivel nacional. Tacna, pertenece a la Zona N° XIII.

Según el Plan Estratégico Institucional (2019-2022), la Superintendencia Nacional de los Registro Públicos, tiene como prioridades mejorar la calidad de los servicios y accesibilidad de la población a los servicios registrales, en el marco de la política de modernización de la gestión institucional y una mejora de infraestructura física y tecnológica. (SUNARP, 2019)

Estas prioridades, se enmarcan en los siguientes lineamientos de la política institucional:

- Descentralizar y democratizar los servicios registrales, orientado a los pobladores de menores recursos, en el ámbito nacional.
- Fortalecer y proteger la permanencia del equipo técnico-profesional del Sistema Nacional de los Registros Públicos-SINARP, en el ámbito nacional.
- Implementar y mantener de manera adecuada y óptima la tecnología del sistema registral con estándares internacional, para garantizar la satisfacción y bienestar de los ciudadanos.
- Gestionar la innovación y la mejora continua del sistema de administración de los servicios registrales orientados a la mayor productividad de los recursos públicos para el bienestar de los ciudadanos.
- Que los ingresos generados a través de la prestación de los servicios registrales, financien de manera sostenida la prestación de los servicios registrales y el desarrollo de proyectos de inversión y tecnología del sistema registral.

Principios Institucionales:

Son tres principios que enmarcan en la política de gestión de la institución, siendo los siguientes:

- Dignidad de la Persona
- Respeto a la integridad personal
- Responsabilidad y desarrollo personal

Se resalta para la investigación el principio de la Responsabilidad y Desarrollo personal, por considerar fundamental la participación y disposición del personal en lograr la satisfacción del usuario, donde todo empleado es responsable de las acciones que realice libremente en el ejercicio de sus funciones. Es derecho y deber de cada empleado velar por su permanente capacitación para su idoneidad en el servicio, así como su conducta social y decoro teniendo en cuenta la responsabilidad y el honor que implica el poder ejercer un cargo al servicio del Estado.

Valores Institucionales:

La SUNARP tiene cinco valores institucionales que representa entre los colaboradores, siendo los siguientes:

- Confianza
- Innovación
- Compromiso
- Vocación de Servicio
- Eficiencia

El valor de Vocación de Servicio, se destaca en el presente estudio por estar vinculada a la predisposición de un individuo para satisfacer las necesidades de otro. Siendo en la investigación fundamental considerar dicho valor para lograr la satisfacción de los usuarios. Donde las personas que tienen Vocación de Servicio, se inclinan a brindar colaboración o ayuda, lo que puede estar relacionado con la solidaridad y el accionar desinteresado. Al brindar un servicio solidario, la persona recibe una recompensa que se puede calificar como: la satisfacción de hacer aquello que se cree correcto.

Misión Institucional:

Inscribir y publicitar actos, contratos, derechos y titularidades de los ciudadanos mediante un servicio de calidad accesible, oportuna y predecible.

Visión Institucional:

En el Perú se respetan los derechos humanos en un contexto de cultura de la legalidad y convivencia social, armónica, con bajas tasas de criminalidad y discriminación, donde toda persona goza de seguridad jurídica y tiene acceso a una justicia inclusiva y confiable, gracias a un Estado moderno y transparente que protege efectivamente los intereses del país y de sus ciudadanos.

Objetivos Institucionales:

Los objetivos institucionales están enfocados en lograr un mejoramiento continuo del servicio registral, siendo los siguientes:

- Incrementar el acceso y confiabilidad de los servicios registrales para los ciudadanos.
- Modernizar la Gestión Institucional para la satisfacción del ciudadano.
- Implementar la Gestión del Riesgo de Desastres en la Sunarp.

En la investigación se enfatiza en el objetivo de Incrementar el acceso y confiabilidad de los servicios registrales para los ciudadanos, ya que busca incrementar el acceso y confiabilidad de los servicios registrales mediante la ampliación de los servicios de inscripción y publicidad registral, a través de las oficinas registrales y de oficinas receptoras, el uso de plataformas virtuales, servicios móviles que se brindan a través del Aplicativo (APP) Sunarp,

actividades de promoción y difusión de los servicios, simplificación de los requisitos, así como la mejora de procesos para generar confianza en el servicio registral.

Organigrama:

El Organigrama Institucional, está conformada por diferentes oficinas que se establecen para cada Zona Registral a nivel nacional, considerando la parte gerencial y operativa en cada una de ellas, como se muestra a continuación:

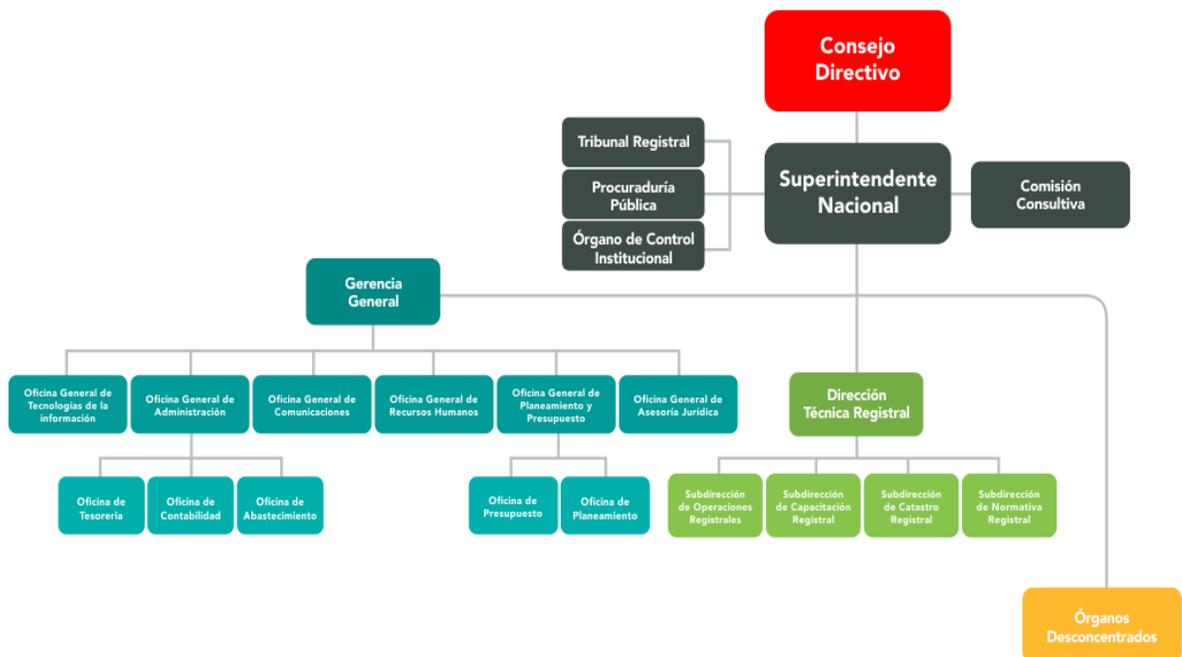


Figura 1. **Organigrama Institucional**

Fuente. Página web Sunarp

2.3. Definición de conceptos

En la investigación se destaca los principales conceptos dentro del contexto.

Servicios:

Los servicios involucran diferentes actividades presenciales y factores (suministros) que intervienen para cubrir la necesidad de una tercera persona. Por ello, la definición exacta en la investigación es que el servicio es todo lo que ofrece una persona a otra para con un fin (objetivo), destacando la comunicación verbal y no verbal como elementos necesarios para el desenvolvimiento del servicio.

Calidad:

La calidad es importante en el desarrollo de una actividad, ya que influyen diferentes factores para el cumplimiento del producto y/o servicio final, siendo una evaluación continua que se realiza para verificar la conformidad de lo establecido. Por ello, la calidad se determina como la ausencia de defectos por lograr lo establecido desde un principio.

Satisfacción:

La satisfacción es el resultado de recibir un buen servicio, siendo la sensación de bienestar y placer que consigue una persona al cubrir su necesidad y/o pedido. Por consiguiente, se puede definir en la investigación que la satisfacción es la emoción positiva que se logra al hacer las cosas correctas y oportunas, siendo una emoción recíproca entre la persona que ofrece y recibe por hacer las cosas bien.

Usuarios:

Son las personas que reciben un servicio de manera habitual, se considera que recae el servicio de manera gratuita donde acceden a trámites o gestiones operativas que competen a las entidades del Estado.

Servicios Registrales:

Los servicios registrales son las actividades que realiza un servidor público referente al registro confiable de propiedades, empresas y demás actos que ejecutan los ciudadanos. Por ello, el servicio registral es sin fines de lucro orientados al servir sin distinción a todas las personas con el fin de cubrir sus necesidades y solicitudes.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1. Hipótesis

3.1.1. Hipótesis general.

Los servicios registrales inciden en la satisfacción de los usuarios de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos de Tacna, 2019.

3.1.2. Hipótesis nula.

Los servicios registrales no inciden en la satisfacción de los usuarios de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos de Tacna, 2019.

3.1.3. Hipótesis específica.

He1:

Los servicios registrales en el hall de atención de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos de Tacna, son deficientes.

He2:

La satisfacción de los usuarios ante la información registral de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos de Tacna, es baja.

3.2. Variables

3.2.1. Identificación de la variable independiente.

Los servicios registrales de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos de Tacna.

3.2.1.1. Indicadores.

Según las dimensiones basados en el Modelo SERVPERF desarrollado por Cronin y Taylor (1992):

Dimensión de Tangibilidad:

- Ubicación de las instalaciones.
- Difusión de material de avisos y comunicaciones.
- Ubicación geográfica de la entidad.
- Equipamiento moderno.

Dimensión de Confiabilidad:

- Plazos establecidos para las inscripciones registrales.
- Plazos en la entrega de publicidad registral.
- Transacciones (pagos, devoluciones, otros).
- Dominio del personal.

Dimensión de Responsabilidad:

- Operatividad de los sistemas informáticos.
- Disposición del personal.
- Ausencia de personal en las áreas de atención.

Dimensión de Seguridad:

- Atención cordial.
- Comportamiento del personal.
- Conocimientos específicos del área.

Dimensión de Empatía:

- Amabilidad del personal.
- Atención personalizada.
- Comprensión de necesidades.
- Lenguaje adecuado.

3.2.1.2. Escala de medición.

Escala Likert, del 1 a 5 como calificación.

3.2.2. Identificación de la variable dependiente.

La satisfacción de los usuarios de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos de Tacna.

3.2.2.1.Indicadores.

Basado en las siguientes dimensiones de satisfacción, según el Modelo SERVPERF desarrollado por Cronin y Taylor (1992):

Dimensión de Calidad Funcional percibida:

- Quejas y reclamos.
- Requerimientos y necesidades.

Dimensión de Calidad Técnica percibida:

- Tiempo de espera de atención.
- Ambiente limpio y ordenado.
- Acceso a servicios en línea.

Dimensión de Valor del Servicio:

- Confianza.
- Aceptación de tasas.
- Presencia de tramitadores.

Dimensión de Confianza:

- Información oportuna.
- Prestigio reconocido.

Dimensión de Expectativas:

- Claridad de información.
- Servicio accesible.

3.2.2.2. Escala de medición.

Escala Likert, del 1 a 5 como calificación.

3.3. Tipo y Diseño de Investigación

Se optó por el diseño de investigación básica no experimental (transaccional-descriptivo), por el hecho de describir las variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Considerando que se percibe medir la relación directa existente entre las dos variables.

3.4. Nivel de Investigación

El nivel de investigación es analítico descriptivo y explicativo, ya que se desea describir los indicadores de las dos variables existentes en la investigación.

3.5. Ámbito y Tiempo Social de la Investigación

La investigación se realizó en un ámbito social general, ya que se considera a toda persona natural o jurídica (hombres y mujeres) mayores de 18 años. Todo ello, en la ciudad de Tacna durante el año 2019 como investigación.

3.6. Población y muestra

3.6.1. Unidad de estudio.

Son todos los usuarios que acceden a los servicios registrales de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos de Tacna.

3.6.2. Población.

Es toda la población mayor de 18 años de la ciudad de Tacna, siendo 254,799 habitantes, según datos estadísticos del Instituto Nacional de Estadística e Informática (2018).

3.6.3. Muestra.

El nivel de confianza es del 95% con un margen de error del 5%, donde se obtiene como muestra un total de 384 usuarios, a través del tipo de muestreo aleatorio simple.

$$n = \frac{K^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2(N-1) + k^2 \cdot p \cdot q}$$

N: Es el tamaño de la población o universo (número total de encuestados)

K: Un 95% de confianza.

e: Un 5% como margen de error.

p: Suponer que $p=q=0,5$ que es la opción más segura.

n: Es el tamaño de la muestra.

3.7. Procedimiento, Técnicas e Instrumentos

3.7.1. Procedimiento.

Primeramente, se realizó la validación del instrumento a través de 3 expertos en la especialidad, para proceder a aplicar el cuestionario a una muestra de 20 usuarios y comprobar la confiabilidad mediante el coeficiente de Alpha Cronbach.

Obteniendo una confiabilidad del 0.86% en la Variable Independiente y 0.84% en la Variable Dependiente.

3.7.2. Técnicas.

Mediante una Encuesta.

3.7.3. Instrumentos.

A través, de un cuestionario para cada variable con alternativas de medición en la escala de Likert del 1 al 5 para su calificación. El mismo que fue validado por expertos.

3.7.4. Técnicas de procesamiento.

Se desarrolló primeramente un análisis descriptivo, a través de la Moda, Rango y Tablas de frecuencia. Luego un análisis inferencial y la Prueba de Normalidad para determinar las pruebas estadísticas y si los datos siguen una distribución normal.

Asimismo, se utilizó las Tablas de Contingencia o Tablas Cruzadas mediante el estadístico Chi cuadrado, como también la prueba de Correlaciones que se utilizaron para demostrar si existe relación significativa entre las variables a través de la distribución.

Además, la prueba de Significancia de Regresión mediante las pruebas F y T para conocer la significancia y aceptación de la hipótesis general y específicas.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1. Descripción del trabajo de campo

Se aplicó el instrumento a 364 usuarios que han recibido el servicio registral en el año 2019, siendo entre hombres y mujeres mayores de 18 años. El lugar estratégico para acceder a los usuarios fue en los exteriores de la institución de estudio ubicado en Calle Arica N°731 y en las Notarías de la localidad, lugares donde frecuentan las personas que reciben el servicio registral

El equipo que llevo a cabo la encuesta estuvo conformado por tres personas, quienes conocen el servicio registral. Se obtuvo la totalidad de encuestas en una semana del 04 al 08 de noviembre, efectuándolas en dos horarios durante el día (mañana y tarde).

4.2. Diseño de la presentación de los resultados

Se presenta los resultados según la siguiente estructura:

- Demostración de Normalidad de los Datos.
- Características de la muestra.
- Resultados por cada variable.
- Cruce de Variables.
- Pruebas estadísticas.

- Discusión de resultados.

4.3. Resultados

4.3.1. Demostración de Normalidad de los Datos

Se realiza la prueba de Normalidad para conocer la distribución de los datos, corroborando que si el valor p es ≤ 0.05 , los datos no siguen una distribución normal (Rechaza H_0), quiere decir que, si el valor p es menor que o igual al nivel de significancia, la decisión es rechazar la hipótesis nula y concluir que sus datos no siguen una distribución normal.

Tabla 1:
Prueba de Normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
V1	0.149	384	0.000	0.944	384	0.000
V2	0.090	384	0.000	0.974	384	0.000

Nota: En base a los datos extraídos de la encuesta.

Los resultados de la Tabla 1 muestran una distribución no normal por ser resultados menores a los esperados (nivel de significancia). Según Kolmogorov-Smirnov, ya que el grado de libertad es mayor a 50 y el nivel de significancia es 0.000, que permite concluir que los datos no siguen una distribución normal, por lo que se utilizará estadística no paramétrica.

4.3.2. Características de la muestra.

Se presenta los resultados, inicialmente describiendo la muestra distribuida por sexo y edad.

Tabla 2:
Sexo

	f	%
Masculino	160	41,7
Femenino	224	58,3
Total	384	100,0

Nota: En base a los datos extraídos de la encuesta.

Se aprecia en la Tabla 2, que el mayor porcentaje de usuarios encuestados son mujeres, siendo un 58.3% y de género masculino un 41.7%.

Tabla 3:
Edad

	f	%
18 a 38 años	193	50,3
39 a 59 años	163	42,4
60 a 80 años	28	7,3
Total	384	100,0

Nota: En base a los datos extraídos de la encuesta.

En la Tabla 3 se aprecia que el porcentaje mayor de encuestados es del rango de 18 a 38 años de edad (adultos jóvenes), siendo un 50.3%, seguidamente de los 39 a 59 años de edad (adultos), con un 42.4% y finalmente de los 60 a 80 años de edad (adultos mayores), con un 7.3%.

Tabla 4:
Distrito

	f	%
Tacna	291	75,8
Gregorio Albarracín	62	16,1
Ciudad Nueva	18	4,7
Alto de la Alianza	7	1,8
Pocollay	6	1,6
Total	384	100,0

Nota: En base a los datos extraídos de la encuesta

Se percibe en la Tabla 4 que el mayor porcentaje de encuestados son del distrito de Tacna con un 75.8%, seguidamente de Gregorio Albarracín con 16.1%, luego Ciudad Nueva con un 4.7%, Alto de la Alianza con 1.8% y finalmente Pocollay con 1.6%.

4.3.3. Resultados por cada variable.

Tabla 5:
Variable Independiente – Servicios Registrales

	f	%
Bajo	55	14,3
Regular	277	72,1
Alto	52	13,5
Total	384	100,0

Nota: En base a los datos extraídos de la encuesta

En la Tabla 5, el 72.1% de los usuarios indica un nivel regular en la percepción general de los Servicios Registrales (Variable Independiente), seguidamente de un 14.3% como nivel bajo. Mostrando que la percepción de los usuarios referente a los servicios registrales es regularmente aceptada.

Resultados por indicador o por dimensión:

Tabla 6:
Dimensión de Tangibilidad

	f	%
Bajo	41	10,7
Regular	284	74,0
Alto	59	15,4
Total	384	100,0

Nota: En base a los datos extraídos de la encuesta

En la Tabla 6, el 74.0% de los usuarios muestra un nivel regular de la percepción de la tangibilidad de los servicios registrales, seguidamente de un nivel alto de 15.4%. Indicando que si es regularmente aceptable el espacio y lugar de los servicios registrales.

Tabla 7:
Dimensión de Confiabilidad

	f	%
Bajo	106	27,6
Regular	249	64,8
Alto	29	7,6
Total	384	100,0

Nota: En base a los datos extraídos de la encuesta

En la Tabla 7, el 64.8% de los usuarios muestra un nivel regular de la percepción de la confiabilidad que brinda los servicios registrales, seguidamente de un 27.6% como nivel bajo. Siendo la percepción de los usuarios referente a la Confiabilidad de los servicios, regularmente aceptada con tendencia a baja.

Tabla 8:
Dimensión de Responsabilidad

	f	%
Bajo	104	27,1
Regular	235	61,2
Alto	45	11,7
Total	384	100,0

Nota: En base a los datos extraídos de la encuesta

En la Tabla 8, el 61.2% de los usuarios muestra un nivel regular de la percepción de la responsabilidad que ofrecen los servicios registrales, seguidamente de un 27.1% como nivel bajo. Mostrando que la percepción de los usuarios referente a la Responsabilidad que ofrecen los servicios registrales son regularmente aceptados con tendencia a baja.

Tabla 9:
Dimensión de Seguridad

	f	%
Bajo	100	26,0
Regular	244	63,5
Alto	40	10,4
Total	384	100,0

Nota: En base a los datos extraídos de la encuesta

En la Tabla 9, el 63.5% de los usuarios indica un nivel regular en la percepción de la Seguridad de los servicios registrales, seguidamente de un 26% como nivel bajo. Siendo la percepción de los usuarios referente a la Seguridad de los servicios regularmente aceptada con tendencia a baja.

Tabla 10:
Dimensión de Empatía

	f	%
Bajo	116	30,2
Regular	226	58,9
Alto	42	10,9
Total	384	100,0

Nota: En base a los datos extraídos de la encuesta

En la Tabla 10, el 58.9% de los usuarios indica un nivel regular en la percepción de la Empatía de los servicios registrales, seguidamente de un 30.2% como nivel bajo. Siendo la percepción de los usuarios referente a la Empatía regularmente aceptada con tendencia a baja.

Tabla 11:
Variable Dependiente – Satisfacción de los Usuarios

	f	%
Bajo	100	26,0
Regular	254	66,1
Alto	30	7,8
Total	384	100,0

Nota: En base a los datos extraídos de la encuesta

En la Tabla 11, el 66.1% de los usuarios indica como nivel regular referente a su satisfacción (Variable Dependiente), seguidamente de un 26.0% como nivel bajo. Obteniendo como satisfacción de los usuarios un nivel regular con tendencia a baja.

Resultados por indicador o por dimensión:

Tabla 12:
Dimensión de Calidad Funcional

	f	%
Bajo	194	50,5
Regular	180	46,9
Alto	10	2,6
Total	384	100,0

Nota: En base a los datos extraídos de la encuesta

En la Tabla 12, el 50.5% de los usuarios muestra un nivel bajo en la percepción de la Calidad Funcional, seguidamente de un 46.9% como nivel regular. Siendo negativa la calidad funcional percibida por los usuarios.

Tabla 13:
Dimensión de Calidad Técnica

	f	%
Bajo	179	46,6
Regular	179	46,6
Alto	26	6,8
Total	384	100,0

Nota: En base a los datos extraídos de la encuesta

En la Tabla 13, el 46.6% de los usuarios muestra un nivel bajo y regular en la percepción de la Calidad Técnica. Siendo regularmente baja la percepción de los usuarios referente a la Calidad Técnica.

Tabla 14:
Dimensión de Valor de Servicio

	f	%
Bajo	204	53,1
Regular	167	43,5
Alto	13	3,4
Total	384	100,0

Nota: En base a los datos extraídos de la encuesta

En la Tabla 14, el 53.1% de los usuarios muestra un nivel bajo en la percepción del Valor de Servicio, seguidamente de un 43.5% como nivel regular. Indicando los usuarios que la percepción referente al valor del servicio es mayormente baja.

Tabla 15:
Dimensión de Confianza

	f	%
Bajo	161	41,9
Regular	207	53,9
Alto	16	4,2
Total	384	100,0

Nota: En base a los datos extraídos de la encuesta

En la Tabla 15, el 53.9% de los usuarios muestra un nivel regular como percepción de la Confianza, seguidamente de un 41.9% como nivel bajo. Siendo el indicador de confianza regularmente aceptada con tendencia a baja.

Tabla 16:
Dimensión de Expectativas

	f	%
Bajo	91	23,7
Regular	277	72,1
Alto	16	4,2
Total	384	100,0

Nota: En base a los datos extraídos de la encuesta

En la Tabla 16, el 72.1% de los usuarios indica un nivel regular como sus expectativas del servicio, seguidamente de un 23.7% como nivel bajo. Mostrando que los usuarios mantienen un nivel regular con tendencia a baja, referente a sus expectativas.

4.3.4. Cruce de Variables.

Se presenta a través de la Tabla Cruzada o Tabla de Contingencia que permite obtener datos significativos en relación de ambas variables.

Tabla 17:
Tabla Cruzada Variable Independiente y Variable Dependiente

		Variable Dependiente				
		Bajo	Regular	Alto	Total	
Variable Independiente	Bajo	Recuento	46	9	0	55
		% del total	12,0%	2,3%	0,0%	14,3%
	Regular	Recuento	54	219	4	277
		% del total	14,1%	57,0%	1,0%	72,1%
	Alto	Recuento	0	26	26	52
		% del total	0,0%	6,8%	6,8%	13,5%
Total		Recuento	100	254	30	384
		% del total	26,0%	66,1%	7,8%	100,0%

Nota: En base a los datos extraídos de la encuesta.

En la Tabla 17, se muestra el cruce de las variables (independientes y dependientes), indicando que el mayor porcentaje se encuentra entre el nivel Regular, siendo un 72.1% de las expectativas del servicio, seguidamente del nivel Bajo con un 14.3% y un nivel Alto con un porcentaje del 13.5%. Mostrando que los usuarios mantienen un nivel regular con tendencia a baja, referente a los servicios registrales.

Asimismo, se realiza la prueba de correlación de Spearman que permite identificar la significativa relación e incidencia que existe entre las variables de la investigación.

Tabla 18:
Correlaciones

		V2
V1	Rs	,847**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	384

Nota: En base a los datos extraídos de la encuesta.

Según la Tabla 18 de Correlaciones, muestra un resultado favorable de p valor 0.000 indicando que si existe relación entre las variables (VI-VD), por ser cifra cercana a 0 y el resultado de $r_s = 0.847$ demostrando su alta intensidad acercándose a 1. Por ello, confirma la relación directa e intensidad alta entre las variables (Servicios Registrales y Satisfacción de los usuarios).

Por ello, para medir el grado de correlación que existe entre ambas variables es mediante el coeficiente de Spearman, debido a la naturaleza cualitativa de las variables que tienen una escala ordinal para su medición.

4.4. Pruebas Estadísticas

Para demostrar las hipótesis específicas se determina la escala de evaluación para cada variable, siendo 1=Bajo (mínimo), 2= Regular y 3=Alto (máximo).

Hipótesis específica 1:

“Los servicios registrales en el hall de atención de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos de Tacna, son deficientes”.

Tabla 19:
Variable Independiente

Escala	f	%
Bajo	55	14,3
Regular	277	72,1
Alto	52	13,5
Total	384	100,0

Nota: En base a los datos extraídos de la encuesta.

Se demuestra mediante la prueba de uniformidad de la distribución de los datos basado en el estadístico K-S, cuyo p valor es 0.000, como se muestra en la Tabla 20.

Las hipótesis estadísticas son:

H0: Los datos siguen una distribución uniforme.

H1: Los datos no siguen una distribución uniforme.

El p valor < 0.05 , por tanto, se rechaza H0. Los datos no siguen una distribución uniforme, por lo que se demuestra que la escala que mayor porcentaje tiene es REGULAR seguidamente de BAJO, siendo el porcentaje referente a los servicios registrales.

Tabla 20:
Hipótesis Específica 1

		Variable Independiente
N		384
Parámetros uniformes ^{a,b}	Mínimo	1
	Máximo	3
Máximas diferencias extremas	Absoluto	,365
	Positivo	,365
	Negativo	-,357
Z de Kolmogorov-Smirnov		7,144
Sig. asintótica(bilateral)		,000

Nota: En base a los datos extraídos de la encuesta.

Los resultados de la Tabla 19 muestran que los datos mayoritarios son los de regular y bajo, siendo la sumatoria considerada como deficientes por tal motivo se acepta la hipótesis específica 1 donde indica que los servicios registrales son deficientes.

Hipótesis específica 2:

“La satisfacción de los usuarios ante la información registral de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos de Tacna, es baja”.

Tabla 21:
Variable Dependiente

Escala	f	%
Bajo	100	26,0
Regular	254	66,1
Alto	30	7,8
Total	384	100,0

Nota: En base a los datos extraídos de la encuesta.

Se demuestra mediante la prueba de uniformidad de la distribución de los datos basado en el estadístico K-S, cuyo p valor es 0.000, como se muestra en la Tabla 22.

Las hipótesis estadísticas son:

H0: los datos siguen una distribución uniforme.

H1: Los datos no siguen una distribución uniforme.

El p valor < 0.05 , por tanto, se rechaza H0. Los datos no siguen una distribución uniforme, como se aprecia en la Tabla 22, por lo que se demuestra que la escala que mayor porcentaje tiene es REGULAR seguidamente de BAJO, siendo el porcentaje de satisfacción de los usuarios, como se aprecia en la Tabla 21.

Tabla 22:
Hipótesis Específica 2

		Variable Dependiente
N		384
Parámetros uniformes ^{a,b}	Mínimo	1
	Máximo	3
Máximas diferencias extremas	Absoluto	,422
	Positivo	,422
	Negativo	-,240
Z de Kolmogorov-Smirnov		8,267
Sig. asintótica(bilateral)		,000

Nota: En base a los datos extraídos de la encuesta.

Los resultados de la Tabla 21 muestran que los datos mayoritarios son los de regular y bajo, siendo la sumatoria considerada como baja por tal motivo se acepta la hipótesis específica 2 donde indica que la satisfacción de los usuarios es baja.

Hipótesis General:

“Los servicios registrales inciden en la satisfacción de los usuarios de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos de Tacna, 2019”.

La regresión que relaciona los servicios registrales con la satisfacción, donde la satisfacción es la variable dependiente y los servicios registrales es la variable independiente, se muestra a continuación la operación que se obtiene según la Tabla 24:

$$\text{Servicios Registrales} = 1,891 + 0,684 \text{ Satisfacción}$$

La hipótesis general que se planteó fue de la siguiente manera: “Los servicios registrales inciden en la satisfacción de los usuarios de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos de Tacna, 2019”.

La hipótesis de investigación se demuestra con la prueba de Significancia de Regresión, a través de la Prueba F y Prueba T para obtener el grado de significancia entre las variables, si se obtiene como resultado $p=0.000$.

La Tabla 23, permite probar las hipótesis referentes a la regresión:

H0: La regresión no es significativa.

H1: La regresión es significativa.

Tabla 23:
Significancia de Regresión (prueba F)

	Suma de cuadrados	gl	F	Sig.
Regresión	27402,681	1	1085,655	,000^b
Residuo	9641,944	382		
Total	37044,625	383		

Nota: En base a los datos extraídos de la encuesta.

Se demuestra con la prueba F el valor de regresión obteniendo como resultado 0.000 ($p<0.005$), confirmando un valor significativo para comprobar que la regresión es significativa.

Para probar si el parámetro asociado a la variable independiente es significativo se plantean las hipótesis:

H0: El parámetro no es significativo.

H1: El parámetro es significativo.

Tabla 24:
Significancia de Regresión (prueba T)

	Coeficientes no estandarizados			
	B	Desv. Error	t	Sig.
(Constante)	1,891	1,219	1,551	,122
V1	,684	,021	32,949	,000

Nota: En base a los datos extraídos de la encuesta.

En la Tabla 24, se muestra el resultado de la prueba T que proporciona un p valor con un valor de 0.000 ($p < 0.005$), siendo resultado significativo por lo que el parámetro asociado a la variable independiente es significativo lo que permite comprobar la incidencia de la variable independiente en la variable dependiente, demostrando así la hipótesis general.

4.5. Discusión de Resultados

Los resultados obtenidos permiten aceptar la hipótesis general, donde se establece que, si existe relación positiva y significativa entre los servicios registrales y la satisfacción de los usuarios, considerando que el resultado p valor=0.000, es cifra cercana a 0 que permite dicha conclusión.

Se logra el objetivo general a través del resultado de correlación entre las variables, donde muestra que, si existe incidencia una de la otra, según su frecuencia y porcentaje obtenido demuestra que si mejoran los servicios registrales habrá mayor satisfacción y aceptación de los usuarios. El resultado confirma que existe correlación positiva alta a través del coeficiente $R_s=0.847$ (Valor de Sperman), mientras en la investigación de W.J. Rojas Gutiérrez sobre la “Influencia de la Calidad del servicio en la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Pueblo Nuevo, Provincia de Chincha, Región Ica, año 2016”, también se obtiene relación positiva alta de $R=0.859$ (Valor de Pearson), sin embargo el coeficiente de estudio difiere, considerando en la presente investigación el valor de Spermann, por ser datos ordinales se logra obtener resultados más exactos y significativos a comparación del Valor Pearson.

En la hipótesis específica 1: “Los servicios registrales en el hall de atención de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos de Tacna, son deficientes”, se obtiene como resultado Z de Kolmogorov-Smirnov = 7,144 y como Sig. Asintótica (bilateral) = 0.000. En la hipótesis específica 2: “La satisfacción de los usuarios ante la información registral de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos de Tacna, es baja” se obtiene como resultado Z de Kolmogorov-Smirnov = 8,267 y como Sig. Asintótica (bilateral) = 0.000. Siendo resultados significativos que confirman la hipótesis de la investigación. Además, se logra confirmar los resultados que proyectan en las escalas del 1 al 3 siendo de bajo a alto, motivo que el porcentaje mayoritario son 1=Bajo y 2=Regular siendo considerados los servicios registrales deficientes y la satisfacción baja.

Además, en la investigación de Rojas Gutiérrez (2016) concluye que la eficacia de la calidad de servicio y fidelización muestra una correlación positiva alta de 0.859, lo cual valida su hipótesis específica donde “La eficacia de la calidad de servicio influye en la fidelización de los usuarios de la Municipalidad

distrital de Pueblo Nuevo, Provincia de Chincha, Región Ica en el año 2016”. Dicha conclusión aporta en la investigación, ya que se comprueba que la calidad de servicio si influye en lo satisfacción y fidelización del usuario, siendo un resultado frecuente en los servicios públicos. Por ello, el resultado de la investigación donde la satisfacción del usuario es baja, comprueba la hipótesis específica 2 “La satisfacción de los usuarios ante la información registral de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos de Tacna, es baja”.

En la investigación planteada por A.H. Mori Rivera sobre la “Calidad de servicio en el tramite documentario del usuario en la Sunarp 2016”, según la hipótesis y objetivo general planteados, concluye que existe diferencia entre percepción y expectativa en la calidad de servicio en el trámite documentario del usuario en la Sunarp 2016, determinándose según los resultados un nivel alto de percepción. Esto se infiere de las pruebas de wilcoxon realizada que un valor de significancia de $p=0,000$ (menor $\alpha=0,05$) y de $z=-10,155$ (menor a 1,96). En similitud a la investigación planteada se destaca el estudio de la percepción de los usuarios donde prevalecen significativamente y positivamente los resultados obtenidos.

Según Mori Rivera (2017), en su investigación para lograr su objetivo realiza un estudio de la percepción y expectativas de los usuarios hacia el servicio, basándose en el modelo SERVQUAL como instrumento de medición. Sin embargo, en esta investigación se logra alcanzar el objetivo considerando para el estudio solo la percepción, siguiendo el modelo de SERVPERF que mide la calidad de servicio eliminando las expectativas de los usuarios. Por lo tanto, ambas alcanzan su objetivo con los diferentes modelos de medición, siendo la percepción una evaluación más exacta y exclusiva al recabar datos de valoración en el desempeño del servicio.

Es importante destacar los resultados obtenidos que son significativos por ser datos extraídos de una muestra considerable de 384 usuarios, con poca similitud al estudio de Rojas Gutiérrez (2016) donde solo realiza su investigación con una muestra de 138 usuarios, sin embargo, según estudio de Mori Rivera (2017) obtiene una muestra de 384 usuarios, siendo igual a la presente investigación.

La investigación permite conocer a plenitud los sucesos que ocurren durante el servicio registral y las diferentes posturas que optan los usuarios. Por ello, según los resultados recabados de la encuesta y el análisis estadístico se puede mostrar que se logra el objetivo general de la investigación que es “Determinar la incidencia de los servicios registrales en la satisfacción de los usuarios de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos de Tacna, 2019”.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- Se ha determinado que existe incidencia entre la variable independiente (servicios registrales) y la variable dependiente (satisfacción de los usuarios), en forma significativa y positiva existiendo una correlación positiva alta a través del coeficiente $R_s=0.847$ y de valor $p=0.000$, donde confirma la relación directa e intensidad ALTA entre las variables.
- Se evaluó los servicios registrales, donde se obtuvo la calificación mayoritaria en regular con un 72.1%, seguidamente de bajo con un 14.3% y alta en 13.5%, siendo la sumatoria entre regular y bajo puntaje suficiente para aceptar la hipótesis específica 1 donde indica que los servicios registrales son deficientes.
- Se evaluó la satisfacción de los usuarios, donde se obtuvo la calificación mayoritaria en regular con un 66.1 %, seguidamente de bajo con un 26.0% y alta en 7.8%, siendo la sumatoria entre regular y bajo puntaje suficiente para aceptar la hipótesis específica 2 donde indica que la satisfacción de los usuarios se encuentra baja.

5.2. Recomendaciones o propuesta

- Se recomienda a la jefatura de la Institución poner énfasis en el cumplimiento de las normativas de los servicios registrales, a través de la asignación de un coordinador o supervisor de todo el hall de atención, quien pueda hacer seguimiento directamente a los procedimientos, los protocolos de atención y afianzar los lazos entre el personal y los usuarios. Donde el personal capacitado y uniformizado trasmita seguridad y confianza del servicio.

- Además, se propone a la jefatura mejorar los servicios registrales a través de mayor difusión de la correcta cultura registral, realizando visitas y reuniones de trabajo a las instituciones públicas y/o privadas de la localidad, con el fin de que conozcan y soliciten correctamente los servicios registrales (términos, tasas, plazos, procedimientos registrales y otros), brindando información verídica y anticipada a los interesados.

- A la jefatura de la institución se recomienda mostrar mayor interés hacia el usuario, brindando el servicio a través del personal calificado que muestren disposición y entrega en sus funciones, donde prevalezca la educación, el respeto y el servicio hacia el usuario. Rotar al personal que perjudica e impide continuar correctamente con un servicio registral de calidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anonimo. (s.f.). *Biblioteca Virtual*. Obtenido de http://www.biblioteca.udep.edu.pe/bibvirudep/tesis/pdf/1_58_123_23_494.pdf
- Armstrong, P. K. (2003). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: Pearson Educacion.
- Armstrong, P. K. (2013). *Fundamentos del Marketing*. Mexico: Pearson Educacion.
- Crosby, P. (1996). *Reflexiones sobre Calidad*. Mexico: Mundo Color Grafico.
- Crosby, P. B. (2016). Actores Gestion de la Calidad. *Calidad & Negocios*, 72.
- Deming, E. (2016). Actores Gestion de la Calidad. *Calidad & Negocios*, 72.
- Facultad de Ciencias Administrativas, Q. (05 de 01 de 2018). *Universidad UTE*. Obtenido de <https://www.ute.edu.ec/la-calidad-del-servicio-al-cliente-sector-publico-se-investiga-la-ute/>
- Ishikawa, K. (2016). Actores Gestion de la Calidad. *Calidad & Negocios*, 72.
- Jiron, A. (2015). *Organizacion de las Naciones Unidas para la Alimentacion y Agricultura - FAO*. Obtenido de <http://www.fao.org/3/a-av200s.pdf>
- Juran, J. M. (2016). Actores Gestion de Calidad. *Calidad & Negocios*, 72.

- Kotler, P. (2001). *Dirección de Mercadotecnia*. Pearson Education.
- Lamb Charles, H. J. (2002). *Marketing*. Internacional Thomson Editores.
- Ministros, P. d. (27 de 02 de 2019). *Presidencia de Consejo de Ministros*.
Obtenido de <http://sgp.pcm.gob.pe/wp-content/uploads/2019/02/Norma-T%C3%A9cnica-para-Calidad-de-Servicios.pdf>
- Mori Rivera, A. H. (2017). *Acceso Libre de Investigación Científica por la Innovación - ALICIA*. Obtenido de https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UCVV_2b4c83ef2436b666a4f63298f696aa1d/Description#tabnav
- Porter, D. (20 de 03 de 2014). *Todos somos Clientes*. Obtenido de <https://todossomosclientes.blogspot.com/2014/03/25-frases-inspiradoras-clientes.html>
- RAE, D. d. (s.f.). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/?id=bBsQKpC>
- Robalino Caceres, S. K. (09 de 07 de 2017). *Registro Nacional de Trabajos de Investigación*. Obtenido de <http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/251519>
- Rojas Gutierrez, W. R. (2017). *Registro Nacional de Trabajos de Investigación*. Obtenido de <http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/180764>
- Stanton William, E. M. (2004). *Fundamentos de Marketing*. Mc Graw Hill.
- SUNARP. (2019). *Portal de Transparencia*. Obtenido de http://transparencia.gob.pe/enlaces/pte_transparencia_enlaces.aspx?id_entidad=183&id_tema=5&ver=#.Xaaa1JJKjIU

SUNARP. (2019). *Superintendencia Nacional de Registros de los Publicos*.

Obtenido de Superintendencia Nacional de Registros de los Publicos:

<https://www.sunarp.gob.pe/nosotros.asp>

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA					
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLE E INDICADORES	METODOLOGIA	RECOMENDACIONES
<p>1.INTERROGANTE PRINCIPAL</p> <p>¿Los servicios registrales, inciden en la satisfacción de los usuarios de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos de Tacna, 2019?</p> <p>2. INTERROGANTES ESPECIFICAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo son los servicios registrales de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos de Tacna, en el hall de atención? • ¿Cómo es la satisfacción de los usuarios de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos de Tacna, ante la información registral? 	<p>1.OBJETIVO GENERAL</p> <p>Determinar la incidencia de los servicios registrales en la satisfacción de los usuarios de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos de Tacna, 2019.</p> <p>2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evaluar los servicios registrales de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos de Tacna. • Evaluar la satisfacción de los usuarios de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos de Tacna. 	<p>1.HIPÓTESIS GENERAL</p> <p>Los servicios registrales inciden en la satisfacción de los usuarios de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos de Tacna, 2019.</p> <p>2. HIPÓTESIS ESPECIFICAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los servicios registrales en el hall de atención de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos de Tacna, son deficientes. • La satisfacción de los usuarios ante la información registral de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos de Tacna, es baja. 	<p>HIPÓTESIS GENERAL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variable Independiente <p>Los servicios registrales de la SUNARP.</p> <p>Indicadores o Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Tangibilidad -Seguridad -Responsabilidad -Confiabilidad -Empatía <ul style="list-style-type: none"> • Variable Dependiente <p>La satisfacción de los usuarios de la SUNARP.</p> <p>Indicadores o Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Calidad Funcional -Calidad Técnica -Valor del Servicio -Confianza -Expectativas 	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de Investigación <p>Investigación descriptiva y explicativa.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseño de Investigación <p>Diseño de investigación básica no experimental (transaccional descriptivo).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ámbito de estudio <p>Población mayor de 18 años (hombres y mujeres), de la ciudad de Tacna,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Población <p>Es de 254,799 habitantes.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Muestra <p>Es de 384 usuarios.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Técnicas de Recolección de Datos <p>Mediante una Encuesta</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instrumento. <p>El Cuestionario.</p>	<p>1. Se recomienda a la jefatura de la Institución poner énfasis en el cumplimiento de las normativas de los servicios registrales, a través de la asignación de un coordinador o supervisor de todo el hall de atención, quien pueda hacer seguimiento directamente a los procedimientos, los protocolos de atención y afianzar los lazos entre el personal y los usuarios. Donde el personal capacitado y uniformizado transmita seguridad y confianza del servicio.</p> <p>2. Además, se propone a la jefatura mejorar los servicios registrales a través de mayor difusión de la correcta cultura registral, realizando visitas y reuniones de trabajo a las instituciones públicas y/o privadas de la localidad, con el fin de que conozcan y soliciten correctamente los servicios registrales (términos, tasas, plazos, procedimientos registrales y otros), brindando información verídica y anticipada a los interesados.</p> <p>3. A la jefatura de la institución se recomienda mostrar mayor interés hacia el usuario, brindando el servicio a través del personal calificado que muestren disposición y entrega en sus funciones, donde prevalezca la educación, el respeto y el servicio hacia el usuario. Rotar al personal que perjudica e impide continuar correctamente con un servicio registral de calidad.</p>

CUESTIONARIO DE SATISFACCIÓN DE LOS SERVICIOS REGISTRALES - SUNARP, 2019.

Estimados, deseamos conocer su opinión referente a los servicios registrales que brinda la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos de Tacna, será de gran importancia para mejorar el servicio y alcanzar su satisfacción.

Indicaciones:

Luego de leer atentamente, responda los enunciados con un aspa (X) según su apreciación. El cuestionario es **ANÓNIMO**, por ello sea sincero y responda con certeza.

Marque usted, según la siguiente escala de calificación:

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

Sexo: Masculino () Femenino () **Edad:** ____ años **Distrito:** _____

VARIABLE 1: SERVICIOS REGISTRALES					
Dimensión: Tangibilidad		Percepción			
		1	2	3	4
1	Las instalaciones físicas son visualmente atractivas (ubicación).				
2	La entidad cuenta con material atractivo de difusión (folletos, paneles, señalización, otros).				
3	La entidad se encuentra en un lugar accesible.				
4	El equipamiento aparenta ser moderno.				
Dimensión: Confiabilidad		Percepción			
		1	2	3	4
5	Se cumple con los plazos establecidos que comunica el personal.				
6	El tiempo de espera en la entrega de publicidad (fichas, certificados, búsquedas) es reducido.				
7	Se siente seguro en sus relaciones con la entidad (pagos, devoluciones, otros.).				
8	El personal muestra dominio en su puesto de trabajo.				
Dimensión: Responsabilidad		Percepción			
		1	2	3	4
9	Es rápida la operatividad de los sistemas informáticos.				
10	El personal muestra disposición para ayudarlo cuando lo solicita.				
11	El personal le informa adecuadamente los servicios que ofrecen.				
12	El personal se encuentra en sus puestos de trabajo.				

Dimensión: Seguridad		Percepción				
		1	2	3	4	5
13	El personal brinda un trato cordial.					
14	El comportamiento del personal le inspira confianza.					
15	El personal tiene los conocimientos necesarios para contestar a sus preguntas.					
16	Ante un reclamo el jefe inmediato brinda solución.					
Dimensión: Empatía		Percepción				
		1	2	3	4	5
17	El personal es amable con los usuarios.					
18	El personal brinda atención personalizada.					
19	El personal comprende sus necesidades específicas.					
20	El personal mantiene un lenguaje adecuado.					

VARIABLE 2: SATISFACCION DE LOS USUARIOS						
Dimensión: Calidad Funcional percibida		Percepción				
		1	2	3	4	5
1	El personal soluciona oportunamente sus quejas.					
2	El personal conoce sus intereses y sus necesidades.					
3	Se le brinda el servicio que usted espera.					
Dimensión: Calidad Técnica percibida		Percepción				
		1	2	3	4	5
4	El ambiente de atención es limpio y ordenado.					
5	Accede a los servicios en línea.					
6	Observa mejoras en el servicio.					
Dimensión: Valor del Servicio		Percepción				
		1	2	3	4	5
7	Confía en la entidad.					
8	Son aceptables las tasas registrales (tarifas).					
9	Prefiere no asistir a la entidad.					
Dimensión: Confianza		Percepción				
		1	2	3	4	5
10	Al ingresar recibe información oportuna del personal.					
11	Reconoce que la entidad tiene un gran prestigio.					
12	La entidad se preocupa por sus necesidades.					
Dimensión: Expectativas		Percepción				
		1	2	3	4	5
13	Entiende claramente la información que brinda el personal.					
14	El personal posee conocimientos del servicio.					
15	El servicio es accesible para todos.					

RESULTADOS DE MUESTRA
CUESTIONARIO DE SATISFACCIÓN DE LOS SERVICIOS REGISTRALES - SUNARP, 2019.

Sexo:

- 1 Masculino
- 2 Femenino

Edad:

- 1 18 a 38 años (jóvenes)
- 2 39 a 59 años (adultos)
- 3 60 a 80 años (adultos mayores)

Distrito:

- 1 Tacna
- 2 Gregorio Albarracín
- 3 Ciudad Nueva
- 4 Alto de la Alianza
- 5 Pocollay

ESCALA DE CALIFICACION

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

N°	Sexo	Edad	Distrito	SERVICIOS REGISTRALES																SATISFACCION DE USUARIOS																				
				P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15		
1	2	1	1	2	3	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	4	2	4	3	3			
2	2	2	1	2	2	4	2	3	2	2	2	2	3	2	4	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	1	3	3	2	2	3	4	2	3	3	3			
3	1	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	1	2	2	2	2	2	3	1	3	2	3		
4	1	1	2	3	2	3	3	2	2	1	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	1	2	3	2	2	2	3	1	3	2	3		
5	2	1	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	1	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	4	3	3	3	3			
6	1	1	2	4	3	3	2	2	2	3	3	3	1	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	4	2	3	3	3		
7	2	2	1	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	4	2	3	3	3		
8	2	2	1	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3	4	2	3	2	4	2	3	3	3	
9	1	2	3	2	2	2	3	3	2	1	3	2	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	4	2	3	3	3	3	2	4	2	3	3	3	
10	2	2	3	2	2	2	3	3	3	4	3	2	3	4	4	3	4	3	2	4	3	3	3	3	3	3	4	2	3	4	3	3	2	4	2	3	3	3		
11	1	1	1	2	3	4	2	3	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	2	3	3	1	2	2	2	1	3	2	2	3	3	2		
12	2	2	1	3	3	4	2	3	2	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	1	3	4	3	3	2	3	3	3	3	2		
13	1	1	1	3	4	4	3	2	4	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	3	2	2	1	4	2	2	2	3	
14	1	1	1	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	1	3	4	3	4	4
15	2	3	2	4	3	4	4	2	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	1	4	4	2	4	3	3	2	2	3	3	
16	1	2	1	3	3	2	2	2	3	3	4	3	2	2	4	4	3	3	2	3	3	4	4	4	3	2	3	4	3	3	2	2	2	3	2	2	3	4	3	
17	1	2	1	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	2	4	4	4	4	3	3	1	4	4	4	4	4	4		
18	2	1	1	2	3	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	4	2	4	3	3	3		
19	2	1	1	2	2	4	2	3	2	2	2	2	3	2	4	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	1	3	3	2	2	3	4	2	3	3	3	
20	2	1	1	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	1	2	2	2	2	2	3	1	3	2	3	

	UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA Escuela de Posgrado Centro de Investigación Formato de Validación por expertos			
	Codificación CEIN fve - 001	Versión 00	Vigencia 2015	Páginas 02

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): *Layme Uchochoque, Ruperto*
- 1.2. Grado Académico: *Doctor en Administración*
- 1.3. Profesión: *Licenciado en Administración*
- 1.4. Institución donde labora: *UNJ.BG. - TACNA*
- 1.5. Cargo que desempeña: *DIRECTOR ITEL*
- 1.6. Denominación del Instrumento: *Cuestionario de Satisfacción de los Servicios Registrales - SUNARP, 2019*
- 1.7. Autor del instrumento: *Milagros del Rosario Vargas Romero*
- 1.8. Programa de postgrado: *Maestría en Administración y Dirección de Empresas*

II. VALIDACIÓN

1

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					X
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles					X
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría					X
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					X
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados					X
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					X
SUMATORIA PARCIAL						30
SUMATORIA TOTAL						30

	UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA Escuela de Posgrado Centro de Investigación Formato de Validación por expertos			
	Codificación CEIN fve - 001	Versión 00	Vigencia 2015	Páginas 02

III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

- 3.1. Valoración total cuantitativa: 30
- 3.2. Opinión: FAVORABLE DEBE MEJORAR _____
 NO FAVORABLE _____
- 3.3. Observaciones: _____

2

Tacna, 24 de octubre de 2019.



 Firma

	UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA Escuela de Posgrado Centro de Investigación Formato de Validación por expertos			
	Codificación CEIN fve - 001	Versión 00	Vigencia 2015	Páginas 02

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): DR. OSCAR ALEJANDRO BÉGGIO PORTUGAL
- 1.2. Grado Académico: DR. ADMINISTRACIÓN
- 1.3. Profesión: UC EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
- 1.4. Institución donde labora: U.P.T.A.C. - TACNA
- 1.5. Cargo que desempeña: DOCENTE
- 1.6. Denominación del Instrumento:
QUESTIONARIO DE SATISFACCIÓN DE LOS SERVIDORES REGISTRALES - SUNARP 2019
- 1.7. Autor del instrumento: MILAGROS DEL ROSARIO VARGAS RUIZ
- 1.8. Programa de postgrado: MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

II. VALIDACIÓN

1

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión				X	
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles					X
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría					X
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					X
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados				X	
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					X
SUMATORIA PARCIAL					8	20
SUMATORIA TOTAL						28

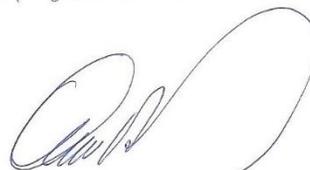
	UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA Escuela de Posgrado Centro de Investigación Formato de Validación por expertos		
	Codificación CEIN fve - 001	Versión 00	Vigencia 2015

III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

- 3.1. Valoración total cuantitativa: 28
- 3.2. Opinión: FAVORABLE DEBE MEJORAR
 NO FAVORABLE
- 3.3. Observaciones: _____

2

Tacna, 24 OCTUBRE 2019



 Firma

	UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA Escuela de Posgrado Centro de Investigación Formato de Validación por expertos			
	Codificación CEIN fve - 001	Versión 00	Vigencia 2015	Páginas 02

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Cajahuana Giraldoz David
 1.2. Grado Académico: Mg. en Administración
 1.3. Profesión: Lic. Administración
 1.4. Institución donde labora: UNTC
 1.5. Cargo que desempeña: Prof. Principal
 1.6. Denominación del Instrumento: SERVICIOS REGISTRALES
 1.7. Autor del instrumento: Lic. Milagros Vargas Romero
 1.8. Programa de postgrado: Maestría en Administración y Dirección de Empresas

II. VALIDACIÓN

1

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión				✓	
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles				✓	
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría				✓	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					✓
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados				✓	
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					✓
SUMATORIA PARCIAL					16	10
SUMATORIA TOTAL					26	

	UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA Escuela de Posgrado Centro de Investigación Formato de Validación por expertos			
Codificación CEIN fve - 001	Versión 00	Vigencia 2015	Páginas 02	

III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

- 3.1. Valoración total cuantitativa: 26
- 3.2. Opinión: FAVORABLE DEBE MEJORAR _____
NO FAVORABLE _____
- 3.3. Observaciones: _____

2

Tacna, 24/10/2019



Firma

	UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA Escuela de Postgrado Centro de Investigación Formato de Validación por expertos			
	Codificación CEIN fve - 001	Versión 00	Vigencia 2015	Páginas 02

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Capulencia Grialdo, David
 1.2. Grado Académico: Mg. en Administración
 1.3. Profesión: Lic. Administración
 1.4. Institución donde labora: U.N.S.B.C.
 1.5. Cargo que desempeña: Prof. Principal
 1.6. Denominación del Instrumento: SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS
 1.7. Autor del instrumento: Lic. Milagros Vargas Romero
 1.8. Programa de postgrado: Maestría en Administración y Dirección de Empresas

II. VALIDACIÓN

1

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión				✓	
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles				✓	
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría				✓	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable				✓	
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados				✓	
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento				✓	
SUMATORIA PARCIAL					24	
SUMATORIA TOTAL					24	

	UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA Escuela de Postgrado Centro de Investigación Formato de Validación por expertos			
	Codificación CEIN fve - 001	Versión 00	Vigencia 2015	Páginas 02

III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

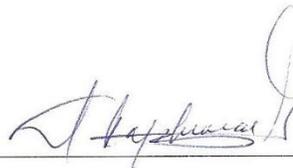
3.1. Valoración total cuantitativa: 24

3.2. Opinión: FAVORABLE Sí DEBE MEJORAR _____
NO FAVORABLE _____

3.3. Observaciones: _____

2

Tacna, 24/10/2019



Firma