



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN

Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales

TESIS

**“CALIDAD DE ATENCIÓN Y NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS
USUARIOS DE LA SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE LOS
REGISTROS PÚBLICOS – SUNARP UCAYALI, 2018”**

Presentado por:

Bach. Rocío Chiong Tuesta

Para optar el Título Profesional de:

Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

PUCALLPA – PERÚ

2018

DEDICATORIA

A mi Dios Todopoderoso, por darme la vida y la oportunidad de cumplir el anhelo de ser una profesional.

A mi madre, Flor Tuesta Arévalo, por su amor y apoyo incondicional, por sus consejos y los valores morales que me inculcó desde la niñez.

A, Geraldine Lazo Panduro, por su compañía y apoyo en los momentos difíciles, cosas que me motivaron y guiaron en mi formación universitaria para conseguir este logro.

AGRADECIMIENTO

A la casa superior de estudios Universidad Alas Peruanas, por la oportunidad de formar parte de esta magna institución, y hacer posible mi formación profesional.

A los docentes, por sus paciencia y conocimientos que sirvieron para fortalecer mi formación profesional.

A la Superintendencia Nacional de Registros Públicos SUNARP - Sede Pucallpa, por la oportunidad de permitirme realizar la presente investigación en sus respetables instalaciones.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación denominado: “Calidad de Atención y Nivel de Satisfacción de los Usuarios de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos – SUNARP Ucayali, 2018”; se realizó partiendo de la necesidad de los directivos de la institución, de conocer la calidad de atención que brindan los trabajadores y el nivel de satisfacción que experimentan los usuarios que asisten a sus instalaciones; es por ello que se tomó la decisión de llevar a cabo la investigación, la misma que tuvo como principal objetivo determinar la relación que existe entre la calidad de atención y el nivel de satisfacción de los usuarios en la SUNARP sede Pucallpa, 2018.

La metodología utilizada, así como el análisis de los resultados de la evaluación de la calidad de atención y su relación con la satisfacción de los usuarios que asisten a las oficinas de la SUNARP, Zona VI - Sede Pucallpa, se han obtenido mediante la recopilación de información proporcionada por la institución y los usuarios.

Como técnicas de recolección de datos se utilizaron la observación directa y la encuesta, y como instrumento el cuestionario, luego se procedió a la organización de los datos, su clasificación y tabulación, mediante la presentación de cuadros estadísticos, que reflejan los niveles de calidad de atención por parte de los trabajadores y la satisfacción que experimentan los usuarios que asisten a las oficinas de la SUNARP, Zona VI - Sede Pucallpa.

Luego de haber aplicado los métodos y técnicas de la investigación, se concluyó que existe una relación significativa entre la calidad de atención y el nivel de satisfacción de los usuarios de la SUNARP, Zona VI - Sede Pucallpa.

Palabras clave: Calidad, atención, satisfacción, usuario, superintendencia.

ABSTRACT

This research work entitled: "Quality of Attention and Level of Satisfaction of Users of the National Superintendence of Public Registries - SUNARP Ucayali, 2018"; was carried out based on the need of the directors of the institution, to know the quality of care provided by the workers and the level of satisfaction experienced by the users who attend their facilities; that is why the decision was made to carry out the research, which had as its main objective to determine the relationship between the quality of care and the level of satisfaction of users in the SUNARP Pucallpa headquarters, 2018.

The methodology used, as well as the analysis of the results of the evaluation of the quality of care and its relation with the satisfaction of the users who attend the SUNARP offices, Zone VI - Pucallpa Headquarters, have been obtained through the compilation of information provided by the institution and users.

As data collection techniques, direct observation and the survey were used, and as an instrument the questionnaire, then the data were organized, their classification and tabulation, through the presentation of statistical tables, which reflect the quality levels of the data. attention by the workers and the satisfaction experienced by the users who attend the offices of SUNARP, Zone VI - Pucallpa Headquarters.

After applying the methods and techniques of the research, it was concluded that there is a significant relationship between the quality of care and the level of satisfaction of the users of SUNARP, Zone VI - Pucallpa Headquarters.

Key words: Quality, attention, satisfaction, user, superintendence.

ÍNDICE

	Pag.
- CARATULA	i
- DEDICATORIA	ii
- AGRADECIMIENTO	iii
- RESUMEN	iv
- ABSTRACT	v
- ÍNDICE	vi
- ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS	viii
- INTRODUCCIÓN	xi
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	01
1.1. Planteamiento del problema	01
1.2. Formulación del problema	03
1.2.1. Problema principal	03
1.2.2. Problemas secundarios	04
1.3. Objetivos de la investigación	04
1.3.1. Objetivo general	04
1.3.2. Objetivos específicos	04
1.4. Justificación del estudio	04
1.5. Limitaciones de la investigación	06
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	07
2.1. Antecedentes del estudio	07
2.2. Bases teóricas	14
2.3. Definición de términos básicos	45
2.4. Hipótesis	48
2.4.1. Hipótesis general	48
2.4.2. Hipótesis específicas	48
2.5. Variables	48
2.5.1. Definición conceptual de la variable	49
2.5.2. Definición operacional de la variable	49
2.5.3. Operacionalización de las variables	50

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	51
3.1. Tipo y nivel de investigación	51
3.2. Descripción del ámbito de la investigación	53
3.3. Población y muestra	57
3.4. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos	59
3.5. Validez y confiabilidad del instrumento	61
3.6. Plan de recolección y procesamiento de datos	63
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	64
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN	105
CONCLUSIONES	108
RECOMENDACIONES	110
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	111
ANEXOS	116
– Anexo N° 01. Matriz de consistencia	117
– Anexo N° 02. Instrumento de recolección de datos	118
– Anexo N° 03. Solicitud para aplicación de encuesta	121
– Anexo N° 04. Base de datos para el procesamiento de la información	123
– Anexo N° 05. Panel fotográfico	124

ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

Pag.

TABLAS:

Tabla N° 01. Operacionalización de las variables	50
Tabla N° 02. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos	60
Tabla N° 03. Estadísticas de fiabilidad	62
Tabla N° 04. Escala de calificación de la encuesta	64
Tabla N° 05. Genero de los usuarios encuestados	65
Tabla N° 06. Rango de edades de los usuarios encuestados	66
Tabla N° 07. Tipos de usuarios encuestados	67
Tabla N° 08. Resultados del cuestionario calidad de atención	68
Tabla N° 09. Nivel de calidad de atención	69
Tabla N° 10. Frecuencias del ITEM 01	70
Tabla N° 11. Frecuencias del ITEM 02	71
Tabla N° 12. Frecuencias del ITEM 03	72
Tabla N° 13. Frecuencias del ITEM 04	73
Tabla N° 14. Frecuencias de la dimensión capacidad de respuesta	74
Tabla N° 15. Frecuencias del ITEM 05	75
Tabla N° 16. Frecuencias del ITEM 06	76
Tabla N° 17. Frecuencias del ITEM 07	77
Tabla N° 18. Frecuencias del ITEM 08	78
Tabla N° 19. Frecuencias de la dimensión cortesía	79
Tabla N° 20. Frecuencias del ITEM 09	80
Tabla N° 21. Frecuencias del ITEM 10	81
Tabla N° 22. Frecuencias del ITEM 11	82
Tabla N° 23. Frecuencias del ITEM 12	83
Tabla N° 24. Frecuencias de la dimensión competencias personales	84
Tabla N° 25. Resultados del cuestionario satisfacción del usuario	85
Tabla N° 26. Nivel de satisfacción del usuario	86
Tabla N° 27. Frecuencias del ITEM 13	87
Tabla N° 28. Frecuencias del ITEM 14	88
Tabla N° 29. Frecuencias del ITEM 15	89
Tabla N° 30. Frecuencias del ITEM 16	90
Tabla N° 31. Frecuencias de la dimensión confianza en el servicio	91

Tabla N° 32. Frecuencias del ITEM 17	92
Tabla N° 33. Frecuencias del ITEM 18	93
Tabla N° 34. Frecuencias del ITEM 19	94
Tabla N° 35. Frecuencias del ITEM 20	95
Tabla N° 36. Frecuencias de la dimensión trato recibido	96
Tabla N° 37. Correlación entre calidad de atención y satisfacción del usuario	97
Tabla N° 38. Rangos de correlación (r) de Pearson	98
Tabla N° 39. Correlación entre capacidad de respuesta y satisfacción del usuario	99
Tabla N° 40. Rangos de correlación (r) de Pearson	100
Tabla N° 41. Correlación entre cortesía y satisfacción del usuario	101
Tabla N° 42. Rangos de correlación (r) de Pearson	102
Tabla N° 43. Correlación entre competencias personales y satisfacción del usuario	103
Tabla N° 44. Rangos de correlación (r) de Pearson	104

GRÁFICOS:

Gráfico N° 01. Organigrama de la SUNARP – Sede Pucallpa	56
Gráfico N° 02. Porcentaje de género de los usuarios encuestados	65
Gráfico N° 03. Porcentaje de edades de los usuarios encuestados	66
Gráfico N° 04. Porcentaje de tipos de usuarios encuestados	67
Gráfico N° 05. Porcentaje del nivel de calidad de atención	69
Gráfico N° 06. Gráfico de frecuencias del ITEM 01	70
Gráfico N° 07. Gráfico de frecuencias del ITEM 02	71
Gráfico N° 08. Gráfico de frecuencias del ITEM 03	72
Gráfico N° 09. Gráfico de frecuencias del ITEM 04	73
Gráfico N° 10. Promedio porcentual de la dimensión capacidad de respuesta	74
Gráfico N° 11. Gráfico de frecuencias del ITEM 05	75
Gráfico N° 12. Gráfico de frecuencias del ITEM 06	76
Gráfico N° 13. Gráfico de frecuencias del ITEM 07	77
Gráfico N° 14. Gráfico de frecuencias del ITEM 08	78
Gráfico N° 15. Promedio porcentual de la dimensión cortesía	79
Gráfico N° 16. Gráfico de frecuencias del ITEM 09	80
Gráfico N° 17. Gráfico de frecuencias del ITEM 10	81

Gráfico N° 18. Gráfico de frecuencias del ITEM 11	82
Gráfico N° 19. Gráfico de frecuencias del ITEM 12	83
Gráfico N° 20. Promedio porcentual de la dimensión competencias personales	84
Gráfico N° 21. Porcentaje del nivel de satisfacción del usuario	86
Gráfico N° 22. Gráfico de frecuencias del ITEM 13	87
Gráfico N° 23. Gráfico de frecuencias del ITEM 14	88
Gráfico N° 24. Gráfico de frecuencias del ITEM 15	89
Gráfico N° 25. Gráfico de frecuencias del ITEM 16	90
Gráfico N° 26. Promedio porcentual de la dimensión confianza en el servicio	91
Gráfico N° 27. Gráfico de frecuencias del ITEM 17	92
Gráfico N° 28. Gráfico de frecuencias del ITEM 18	93
Gráfico N° 29. Gráfico de frecuencias del ITEM 19	94
Gráfico N° 30. Gráfico de frecuencias del ITEM 20	95
Gráfico N° 31. Promedio porcentual de la dimensión trato recibido	96

INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas la psicología del usuario se ha convertido en un extenso campo de estudio, consecuentemente, la calidad de atención es un índice revelador del grado de bienestar de los ciudadanos, teniendo en cuenta, que el estudio de su comportamiento es, ante todo, importante para el propio trabajador y usuario.

Desde esta perspectiva, la calidad de atención del servicio y la satisfacción de los usuarios es una de las principales áreas de estudio del comportamiento de los usuarios, dado que el rendimiento de las organizaciones de servicios es valorado por las propias personas que adquieren y/o utilizan estos bienes y/o servicios, por ello los estudios de la calidad del servicio y de la satisfacción de los usuarios, tienen en común la importancia del punto de vista de los usuarios al valorar el producto y el servicio que proporciona la propia organización, para realizar una gestión adecuada de la calidad es necesario conocer qué buscan las personas en su actividades cotidianas.

En ambos casos, el origen es probablemente una mayor conciencia de que, en el mundo contemporáneo, la calidad se ha convertido en un requisito indispensable para lograr la satisfacción del usuario, es decir se requiere de la creación y funcionamiento de un sistema que mejore en forma permanente los servicios, logre la satisfacción plena de los usuarios, mejore el nivel de competencia profesional del personal y fundamentalmente logre el mejoramiento de la gestión administrativa de dichos servicios.

Es por ello, que los usuarios que acuden a las oficinas de la Superintendencia Nacional de Registros Públicos – SUNARP Sede Pucallpa, esperan contar con servicios accesibles, tanto en costo y celeridad, como en lo referente a los trámites requeridos para poder disponer de ellos; amable y oportuna, un ambiente agradable en cuanto a iluminación, ventilación, privacidad, comodidad, funcionalidad, orden y limpieza. Contar con información suficiente y clara por parte del personal que lo atiende y que éste se encuentre capacitado, ya sea técnica y/o profesionalmente de acuerdo al tipo y al nivel de servicio brindado.

Así mismo, es preciso conocer el grado de satisfacción de los usuarios respecto a la calidad de la atención, de modo que permitan tomar decisiones que ayuden a mejorar de manera progresiva y sostenible la calidad de la atención en la Superintendencia Nacional de Registros Públicos – SUNARP Sede Pucallpa, a fin de garantizar a los usuarios que las atenciones que reciben, sean seguras y efectivas, óptimas y oportunas, legítimas y con equidad.

En ese sentido, la presente investigación tiene como objetivo determinar la calidad de atención brindada dentro de la SUNARP Sede Pucallpa, así como identificar el nivel de satisfacción que experimentan los usuarios. En ese contexto, para el desarrollo de la presente investigación se dividió en cinco capítulos:

En el Capítulo I, hablamos sobre el problema de la investigación y la formulación de este, los problemas principales, problemas secundarios, los objetivos de la investigación tanto general y específico, así como la justificación y limitaciones de la investigación.

En el capítulo II, se describe el marco teórico, como antecedentes básicos y trabajos de investigación similares dentro y fuera del Perú, las definiciones de términos básicos y la hipótesis general y específico, también se hace

referencias de la identificación de variables a medir durante el proceso del presente trabajo de investigación

En el capítulo III, se describe la metodología de investigación seguida del nivel tipo y nivel de investigación, como también la población y muestra del estudio, así como se detallan las técnicas y los instrumentos de recolección de información utilizados.

En el Capítulo IV, se presenta de los resultados de la investigación, el análisis y procesamiento de datos e información de la investigación, así como la interpretación de esos resultados.

En el capítulo V, se exponen las discusiones, conclusiones y recomendaciones de la Investigación; como también los autores bibliográficos consultados para este importante trabajo de investigación.

Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones del trabajo de investigación, y por último, se adjuntan los anexos, donde se presentan la matriz de consistencia, y los instrumentos utilizados para la recolección de datos.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

En la actualidad, a nivel mundial el tema de calidad en la atención de los servicios en las instituciones públicas y privadas, ha adquirido considerable importancia, y cada vez alcanza prominencia debido a la autonomía con que opinan y juzgan los usuarios, acerca de la asistencia recibida por los encargados de prestar dichos servicios.

En tal sentido, la satisfacción que perciben los usuarios es utilizada como un indicador para evaluar las intervenciones de los servicios, pues estos nos proporcionan información sobre la calidad percibida en los aspectos de estructura, procesos y resultados. Si bien la calidad es un término difícil de definir, debemos considerar que las dimensiones que considera el usuario para definirla; se centran en la eficiencia, accesibilidad, relaciones interpersonales, continuidad, comodidad y oportunidad de la atención.

La Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP) surge en el marco de la promulgación de la Ley N° 26366, Ley que crea el Sistema Nacional y la Superintendencia de los Registros Públicos, como un organismo descentralizado autónomo del sector Justicia, con la finalidad de mantener y preservar la unidad y coherencia del ejercicio de

la función registral en todo el país; orientada a la especialización, simplificación, integración y modernización de la función, procedimientos y gestión de los registros que lo integran. En julio de 2002 se aprobó el estatuto de la SUNARP y se dispuso la creación de 13 zonas registrales para desconcentrar la labor de apoyo administrativo a la función registral que en forma autónoma ejercen las oficinas registrales y receptoras en todo el país.

A nivel institucional hay pocas referencias que tratan el tema. Con éste estudio se pretende hacer una evaluación de la calidad en la atención y satisfacción del usuario que acude a la SUNARP Ucayali, con la finalidad de conocer sobre la calidad de atención y cuan satisfecho esta la población sobre la atención recibida.

Una reciente encuesta realizada en Lima y trece ciudades del interior del país por la prestigiosa empresa IPSOS Perú reveló que la calidad de la atención y la información que brinda la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos – SUNARP, son las dos variables que más valoran los usuarios de la entidad registral.

Como una muestra de la importancia que le da SUNARP al acceso a la información por parte de la ciudadanía, la entidad cuenta ahora con más canales de comunicación como son la Central de Atención al Ciudadano, que cuenta con una línea gratuita y un correo electrónico para consultas, y la renovada página web en donde se puede encontrar información acerca de los principales actos registrales.

De otra parte, el estudio reveló que 71% de los ciudadanos que realizaron gestiones en la SUNARP como consultas, trámites, pagos o reclamos, quedaron satisfechos con el servicio que recibieron en esta institución pública. Además, se aprecia que este porcentaje crece a 73% cuando el estudio evalúa solo a los usuarios de la capital.

La misma encuesta señala además que el público usuario identifica el conocimiento y preparación del personal (67%) así como hallar la solución a sus problemas (67%) como los atributos mejor evaluados en la entidad registral.

Otros atributos que alcanzaron un porcentaje aprobatorio en el trabajo realizado por IPSOS fueron la amabilidad del personal (63%) así como también la calidad en la atención brindada (62%).

En ese contexto, existe un buen porcentaje de la población usuaria que no se encuentran satisfechos con los servicios brindados por la SUNARP, es por ello, que todas las razones que se han expuesto fueron suficientes argumentos, para haber tomado como desafío el desarrollo de la presente investigación.

Además, es importante considerar los siguientes aspectos: la respuesta del sistema de organización de la SUNARP Ucayali frente a las necesidades de los usuarios; una infraestructura adecuada para poder brindar la cobertura necesaria; el desempeño del personal encargado de la atención de los usuarios y por último el nivel de satisfacción que tienen los usuarios. En éste sentido el presente estudio pretende resolver el siguiente problema de investigación.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema principal:

¿Qué relación existe entre la calidad de atención y la satisfacción de los usuarios de la SUNARP sede Pucallpa, 2018?

1.2.2. Problemas secundarios:

- ¿Cuál es la relación entre la capacidad de respuesta de los trabajadores y la satisfacción de los usuarios en la SUNARP sede Pucallpa, 2018?

- ¿Cuál es la relación entre la cortesía y la satisfacción de los usuarios en la SUNARP sede Pucallpa, 2018?
- ¿Cuál es la relación entre las competencias personales y la satisfacción de los usuarios en la SUNARP sede Pucallpa, 2018?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general:

Determinar la relación entre la calidad de Atención y el nivel de Satisfacción de los Usuarios en la SUNARP sede Pucallpa, 2018.

1.3.2. Objetivos específicos:

- Evaluar la relación entre la capacidad de respuesta de los trabajadores y la satisfacción de los usuarios en la SUNARP sede Pucallpa, 2018.
- Definir la relación entre la cortesía y la satisfacción de los usuarios en la SUNARP sede Pucallpa, 2018.
- Precisar la relación entre las competencias personales y la satisfacción de los usuarios en la SUNARP sede Pucallpa, 2018.

1.4. Justificación del estudio

- **Teórica**

El presente trabajo de investigación es importante porque la afirmación teórica permite evaluar la calidad de atención y satisfacción de los usuarios, que brinda la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos – SUNARP Sede Pucallpa. Utilizando como herramienta de medición la encuesta, teniendo en

cuenta ciertos aspectos que permitieron medir la relación entre la calidad de atención y la satisfacción de los usuarios, de manera que se puedan corregir aquellos puntos críticos identificados.

- **Metodológica**

Siendo una investigación descriptiva de diseño no experimental transversal, los resultados se obtuvieron en base a información sobre la relación de la calidad de atención y satisfacción de los usuarios de la SUNARP – Región Ucayali. El instrumento para obtener los datos está diseñado a través de la aplicación de encuestas a los usuarios que concurren a las oficinas de la SUNARP Sede Pucallpa.

- **Institucional**

La información obtenida será relevante para los directivos de la SUNARP Sede Pucallpa, para que conozcan los factores claves que perjudican la calidad de atención y la satisfacción de los usuarios. Además, ayudará a tener un mejor enfoque institucional hacia el usuario, debido a que ellos son la razón de ser de cada institución. Por otra parte, se fomentará la capacitación del talento humano dentro de la organización, asimismo el presente trabajo será un referente para poder aplicarlo en otras sedes instituciones dentro o fuera de la región de Ucayali.

- **Social**

En el aspecto social este trabajo pretende que las organizaciones incrementen su capacidad de respuesta, ya que gracias a los resultados que se pretenden obtener en la presente investigación, podrán orientarse y corregir los puntos débiles y fortalecer las habilidades en las instituciones del estado, permitiendo que funcione a altos niveles de rendimiento, atendiendo los atributos de satisfacción de empleados, accionistas y usuarios a la vez, satisfaciendo de este modo las necesidades de la población.

1.5. Limitaciones de la investigación

Toda actividad humana tiene sus limitaciones, la investigación por ser una actividad de tipo intelectual no es ajena a esta realidad. En este sentido, para la elaboración del presente trabajo se encontrará las siguientes limitaciones:

- En el orden temporal, se estudió únicamente de qué manera influye la calidad de atención en la satisfacción de los usuarios de la SUNARP Sede Pucallpa, sería ideal para la obtención de mejores resultados que el tiempo de la investigación sea lo más prolongado posible.
- En cuanto a la amplitud, nuestro estudio se circunscribió únicamente con los usuarios de la SUNARP Sede Pucallpa.
- En el aspecto metodológico, por ser una investigación no experimental, transversal, no se manipuló ninguna variable. Por ello, los resultados respondieron solo al momento, las cuales pueden variar según el contexto actual.
- En lo económico, debido a la limitación de recursos, los instrumentos sólo se aplicaron en un solo momento.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes del estudio

En el trabajo de investigación se realizó un análisis profundo de documentos de investigación en fuentes bibliográficas y trabajos de investigación (tesis) referentes al objeto de estudio. A continuación, se presentan los siguientes antecedentes investigativos:

2.1.1. Nivel internacional:

Chang (2014) en su tesis titulada: “**Atención al Cliente en los Servicios de la Municipalidad de Malacatán San Marcos**”, de la Universidad Rafael Landívar, Quetzaltenango, Guatemala. El objetivo general de la investigación fue proponer la Planeación Estratégica como una herramienta factible para identificar cómo es la atención al cliente, en los servicios, de la Municipalidad de Malacatán, San Marcos. Llegando a la conclusión de que en la Municipalidad de Malacatán, San Marcos, la atención al cliente carece de lineamientos estratégicos que orienten la conducta, aptitud y actitud de los colaboradores; no se cuenta con la adecuada ambientación de la infraestructura, que fortalezca la calidad de los servicios prestados, para incrementar la satisfacción de los usuarios y se genere una imagen institucional

que persiga en su conjunto, crear las condiciones, que influyeran en la participación ciudadana de la región, en el ejercicio de sus derechos y obligaciones como ciudadanos Guatemaltecos. En consecuencia, la mayoría de usuarios, califica la atención que actualmente se le brinda entre regular y buena; sin embargo, al analizar los aspectos tangibles e intangibles que la conforman, se concluye que es deficiente.

Armada (2015) en su tesis para optar al grado de Doctor: **“La satisfacción del usuario como indicador de calidad en el servicio municipal de deportes. Percepción, análisis y evolución”**, de la Universidad de Murcia, España. Los objetivos planteados se centraron en la determinación del grado de satisfacción actual del usuario con los servicios deportivos municipales del Ayuntamiento de Cartagena, analizar la evolución de la satisfacción a lo largo del tiempo para actualizar los niveles de calidad que ofrecen estos servicios y aportar un caso práctico de gestión orientado a la calidad, que pueda servir al benchmarking de los futuros gestores deportivos público. Llegando a las siguientes conclusiones: En general los valores medios de satisfacción percibida por los usuarios de las instalaciones deportivas del Ayuntamiento de Cartagena son altos. Apreciándose pequeñas diferencias a favor de los usuarios en el año 1991 que lo perciben de forma superior a los usuarios de 2015. En las diferencias por género, las mujeres valoran más alto a los servicios deportivos analizados, especialmente las de más de 65 años. Las variables edad y profesión presentan un índice elevado de satisfacción. Constatamos que la valoración de la actividad realizada en el servicio deportivo municipal es ligeramente superior en la actualidad, aunque no se aprecian diferencias estadísticamente significativas con el ejercicio 1991.

Soto (2014) en su tesis titulada: “**Calidad en la Atención al Cliente en las Pymes del Municipio de Arauca – Colombia**” de la Universidad Nacional de Colombia - Facultad de Posgrados en Administración. Cuyo principal objetivo fue establecer los principales factores empresariales, culturales, y/o comportamentales que influyen en la baja calidad en la atención al cliente, para lo cual se estableció un grupo focal de nueve (9) pymes orientadas a los sectores de comercio y servicios. Llegando a la conclusión de que al compilar los dos resultados obtenidos a través de la aplicación de los instrumentos de medición, se determinó a través del modelo Servqual cuáles son las dimensiones que presentan un servicio insuficiente y con los resultados del modelo gap se establecieron las discrepancias que existen y que provocan esta insuficiencia, además este modelo ayudó a determinar cuáles son los principales factores que permiten que las pymes del municipio de Arauca tengan baja calidad en la atención al cliente.

2.1.2. Nivel nacional:

Gallardo y Mori (2016) en su tesis titulada: “**Nivel de Calidad del Servicio y el Nivel de Satisfacción del Cliente Premium Interbank Tienda Principal de Trujillo en el Primer Semestre del Año 2016**”, de la Universidad Privada Antenor Orrego de Trujillo. El presente estudio se ha realizado con el propósito de determinar la relación entre la Calidad del Servicio y el Nivel de Satisfacción de los clientes Premium del Interbank. Se Consideró como muestra a 81 clientes Premium de la tienda principal de Trujillo en el primer semestre 2016, quiénes contestaron la encuesta según sus experiencias, tanto del día en que la desarrollaron como en su trayectoria como cliente, brindándonos las perspectivas necesarias para nuestro análisis. Los resultados permitieron conocer que el Nivel de la Satisfacción

guarda suma relación con la Calidad del Servicio que brindan, los atributos más importantes para los clientes Premium son: el servicio, las instalaciones, el tiempo de espera, personal calificado y solución a las demandas, lo cual se vio reflejado en el alto nivel de Satisfacción que los encuestados manifestaron con un puntaje promedio de 303.8 (en una escala de 81 a 405 donde 81 representaba lo más cercano al nivel Pésimo y 405 al nivel Excelente) que hace un nivel BUENO dentro de la escala mencionada. Este análisis de promedios nos permitió probar la hipótesis mediante la prueba estadística Coeficiente de Correlación R, concluyendo el trabajo con la aceptación de la hipótesis: La Calidad del Servicio tiene una relación favorable en el Nivel de Satisfacción del Cliente Premium Interbank Tienda Principal de Trujillo en el Primer Semestre del Año 2016.

Chumacero (2014) en su tesis que tiene por título: “**La satisfacción laboral de los empleados del área de publicidad de la gerencia de personas jurídicas de la SUNARP, zona registral IX - Sede Lima, 2014**”, de la Universidad César Vallejo Lima Norte, para optar el grado de magíster; teniendo como objetivo general describir el nivel de satisfacción laboral de los trabajadores del área de publicidad de la gerencia de personas jurídicas de la SUNARP, así mismo dentro de los objetivos específicos se determinó la descripción del nivel de significación de las tareas asignadas, el nivel de las condiciones de trabajo, el nivel de reconocimiento personal y el nivel de beneficios económicos todo ello de los empleados del área de publicidad de la gerencia ya señalada. Para el estudio se usó un enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, transaccional, de tipo descriptivo, en una muestra de 21 trabajadores del área publicidad de la Gerencia de Personas Jurídicas de la SUNARP, para determinar dicha muestra se utilizó un muestreo probabilístico. La recolección de información se realizó mediante

el siguiente cuestionario: Escala de satisfacción laboral SL - SPC de Sonia Palma, la cual cuenta con validez y confiabilidad. Los resultados del estudio permitieron concluir que el nivel de satisfacción laboral en 6 los trabajadores son promedio, así mismo no se mostraron diferencias significativas cuando se analizó por género del trabajador.

Rivas y Quiróz (2014) en su tesis que tiene por título: “**La gestión administrativa y la calidad de servicio al usuario en las oficinas de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos de Lima, 2014**”, de la Universidad César Vallejo Lima Norte para optar el grado de magister, y tuvo por objetivo general determinar la relación entre la gestión administrativa y la calidad de servicio al usuario en las oficinas de la SUNARP, así mismo se dimensionó la variable calidad de servicio al usuario. Con relación a la metodología aplicada observamos que es una investigación correlacional, el diseño es no experimental descriptivo-correlacional y transversal según se mencionó, la población son los usuarios en las oficinas de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos, siendo la muestra de 108 personas. La técnica de recolección de datos aplicada fue la encuesta y el instrumento el cuestionario. Entre los resultados pudimos observar que las variables gestión administrativa y calidad de servicio al usuario se relacionan directa y significativamente (sig. Bilateral= 000<.01M Rho=. 733**), rechazándose la hipótesis nula y aceptándose la alterna. Entre las conclusiones relacionadas al tema de investigación podemos observar que correlacionó la variable gestión administrativa y la variable calidad de servicio al usuario, dimensionándose ésta última, concluyendo que existe una relación moderada y significativa entre todas las variables estudiadas.

2.1.3. Nivel local:

Rodríguez (2017) en su tesis titulada: **“Influencia del servicio de calidad en la satisfacción del usuario en la academia de baile Fitness Dance de la ciudad de Pucallpa, 2017”**, de la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas de la Universidad Privada de Pucallpa. El objetivo principal fue determinar la influencia del servicio de calidad en la satisfacción del usuario de la academia de baile Fitness Dance de la ciudad de Pucallpa, 2017. De los resultados obtenidos del estudio se ha determinado que la influencia del servicio de calidad influye significativamente en la satisfacción del usuario de la academia de baile Fitness Dance de la ciudad de Pucallpa, 2017, lo cual se vio reflejado en el incremento de usuarios, se obtuvo $r = 0.90$ positiva alta, y $p \text{ valor} = 0.037 < 0.05$, es decir se rechaza la hipótesis nula y se concluye: Existe influencia significativa del servicio de calidad en la satisfacción del usuario de la academia de baile Fitness Dance de la ciudad de Pucallpa, 2017. De otro modo también hubo respuestas inclinadas al valor totalmente desacuerdo los cuales no influyen en los resultados. Conclusiones: La influencia del servicio de calidad influye significativamente en la satisfacción del usuario de la academia de baile fitness dance de la ciudad de Pucallpa, 2017.

Dominguez y Huaman (2017) en su tesis titulada: **“Gestión y Calidad del Servicio de la Agencia Mibanco, 2016”**, de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contable de la Universidad Nacional de Ucayali, Pucallpa, Perú. La presente investigación, titulada “gestión y calidad del servicio de la agencia Mibanco Pucallpa, 2016, se realizó con la finalidad de conocer la relación de la gestión y sus dimensiones con la calidad del servicio de la agencia Mibanco Pucallpa, 2016. El estudio es de tipo descriptivo y correlacional, con diseño transeccional

correlacional, se trabajó la variable gestión, con una población de 96, muestra y muestreo de 53 trabajadores, la variable calidad del servicio se trabajó con una población de 515 clientes que acceden al servicio en promedio por día, muestra de 97 y muestreo de 53 clientes, en ambas variables se aplicó un cuestionario cerrado de 20 ítems, con 5 opciones de respuesta, los resultados se han digitado en el programa Excel, y el análisis de los datos se hizo a través de la prueba estadística de coeficiente de correlación de Pearson, programa (SPSSv24). Concluyendo que la relación es positiva muy baja, y el valor de significancia es 0.364, superior al valor establecido 0.05, por lo tanto, no existe relación significativa entre la gestión y calidad del servicio de la agencia Mibanco Pucallpa, 2016.

Castillo (2016) en su tesis titulada: “**Las ventas y la calidad del servicio de PLAZA VEA en Pucallpa, 2016**”, de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contable de la Universidad Nacional de Ucayali, Pucallpa, Perú. El presente estudio, titulado "Las ventas y la calidad del servicio de PLAZA VEA en Pucallpa, 2016, se ha ejecutado con el propósito de responder al objetivo general, que es Conocer las ventas y la calidad de servicio de PLAZA VEA en Pucallpa, 2016. El estudio es de tipo descriptivo, con diseño transeccional correlacional, se evaluó la variable ventas, se trabajó con el 100% de la Población Económicamente Activa de la empresa, que son 142, para determinar la muestra y el muestreo se utilizó el método probabilístico, alcanzando a 65 trabajadores, se aplicó un cuestionario cerrado de 20 ítems, con 5 opciones de respuestas, y para evaluar la variable calidad del servicio se trabajó con 5000 clientes que ingresan en promedio por día, y para calcular la muestra se trabajó con el método probabilístico, alcanzando a 116 clientes, y para calcular el muestreo, se utilizó el método no probabilístico intencional o de conveniencia, alcanzado a 65

clientes, se les aplico un cuestionario cenado de 20 ítems, con 5 opciones de respuestas, lo resultados se ha procesado en el programa Excel, y el análisis de los datos se hizo a través la prueba estadística de coeficiente de correlación de Pearson, programa (SPSSv23). La correlación es muy baja y el valor de significancia es 0.642, concluyendo que no se rechaza la Ho, es decir no existe relación significativa entre las ventas y la calidad del servicio de PLAZA VEA de Pucallpa, 2016.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Calidad

Méndez (2014) menciona que es un concepto utilizado con mucha frecuencia en la actualidad, pero a su vez, su significado es percibido de distintas maneras. A lo largo de la historia muchos autores e instituciones han dado su propia definición del término calidad:

- Ishikawa define a la calidad como desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener un producto de calidad que sea el más económico, el útil y siempre satisfactorio para el consumidor.
- W. Edwards Deming plantea que el control de calidad no significaba alcanzar la perfección, más bien conseguir una eficiente producción con la calidad que espera obtener en el mercado.
- Jurán y Gryna exponen a la calidad como la adecuación para el uso satisfaciendo las necesidades del cliente.

- La Norma ISO 9000 define a la calidad como el grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos.

Sin embargo, el término calidad según Méndez debería ser comprendido por los gerentes, administradores y funcionarios de las organizaciones actuales como el logro de la satisfacción de los clientes a través del establecimiento adecuado de todos sus requisitos y el cumplimiento de los mismos con procesos eficientes, que permita así a la organización ser competitiva en la industria y beneficie al cliente con precios razonables.

Lo anterior muestra que resulta difícil establecer una definición única de calidad, ya que ésta dependerá de lo que el negocio necesite para satisfacer a su cliente, por lo que Viveros (2015) menciona: *“No se pretende decir que una definición de calidad es mejor que otra, sino va a depender de lo que el cliente externo necesita de esa empresa, esa definición es la que va a serle útil. Ninguna definición de calidad es mejor, en cada situación, porque cada definición tiene, tanto fortalezas como debilidades con relación a criterios tales como dimensiones y generalidades, utilidades gerenciales y relevancia para el consumidor”*.

2.2.1.1. Calidad en el servicio

Mendoza (2014) declara que el atributo que contribuye, fundamentalmente, a determinar la posición de la empresa en el largo plazo es la opinión de los clientes sobre el producto o servicio que reciben. Este mismo autor resalta que específicamente la calidad del servicio hoy en día se ha vuelto requisito imprescindible para competir en todo el mundo, ya que las implicaciones que tiene en la cuenta de resultados,

tanto en el corto como en el largo plazo, son muy positivas para las empresas envueltas en este tipo de procesos.

Además, que la mejor estrategia para conseguir la lealtad de los clientes se logra evitando sorpresas desagradables a los clientes por fallas en el servicio y sorprendiendo favorablemente a los clientes cuando una situación imprevista exija nuestra intervención para rebasar sus expectativas. De esta forma, la calidad del servicio se convierte en un elemento estratégico que confiere una ventaja diferenciadora y perdurable en el tiempo a aquellas que tratan de alcanzarla (Ruiz, 2015).

En cuanto a las dimensiones a considerar dentro de la medición de la calidad, tradicionalmente se ha tenido en cuenta dos grandes tipos, por un lado, las dimensiones intangibles, relativas a la interacción entre empleados y usuarios o cómo se presta el servicio, como la fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía; y por otro lado las dimensiones tangibles, aspectos físicos del servicio o qué se ofrece en la prestación del servicio (Ruiz, 2015).

2.2.1.2. Valor del cliente

Conseguir un cliente nuevo es entre cinco y siete veces más caro que retener al antiguo. Por eso es que se insiste implícita y explícitamente en la importancia exclusiva y definitiva del cliente. Debido a que en la actualidad los clientes esperan un trato personalizado con esmero y amabilidad, conocer las expectativas de los clientes sin duda ayudará a las empresas a

establecer relaciones más fuertes con ellos (Barra, 2014).

Desde el punto de vista de la empresa, el valor del cliente se refiere al incremento en ventas, ya que, si un cliente queda satisfecho, es muy probable que él mismo recomiende dicho producto a otros cinco clientes potenciales, con lo que el valor de ese cliente, por lógica, sería cinco veces superior al esperado.

2.2.2. Sistema de control de calidad

Conforme a la Norma ISO 9000 (2016), un sistema de control de calidad se refiere a un sistema de gestión para dirigir y controlar una organización con respecto a la calidad en donde se disponen de una serie de elementos como procesos, manual de la calidad, procedimientos de inspección y ensayo, instrucciones de trabajo, plan de capacitación, registros de la calidad, etc., todo esto funcionando en equipo para producir bienes y servicios de la calidad requerida por los clientes.

Un sistema de control de la calidad en los servicios se fundamenta en la retroalimentación al cliente sobre la satisfacción o frustración de los momentos de verdad dentro del ciclo del servicio. En los casos de deficiencias en la calidad, son críticas las acciones para recuperar la confianza y corregir los prejuicios ocasionados por los fallos. Por lo que la importancia de examinar las diferentes fallas en el servicio que ocurre en un restaurante no puede subestimarse, porque son determinantes en la ausencia de clientes.

2.2.2.1. Sistema de control de calidad en empresas de servicio

Los servicios, a diferencia de los productos, presentan características que dificultan el proceso de verificación o inspección de estos antes que el cliente este en contacto con los mismos. Entre estas características se encuentran la simultaneidad, ya que los servicios generalmente se consumen en el mismo momento en que se producen, y la inseparabilidad, debido a que los servicios no pueden ser separados de su fuente de producción (Reyner, 2014).

Control se refiere al proceso que se emplea con el fin de cumplir con los estándares, esto consiste en observar el desempeño real, compararlo con un estándar, y después tomar medidas para observar si el desempeño es significativamente diferente del estándar.

Lo antes dicho, produce un mayor nivel de complejidad a la gestión de la calidad en los servicios, no obstante, se pueden realizar acciones que conlleven a una disminución de las fallas en el servicio, dividiéndolo en cada uno de los elementos que en él convergen y tratando de establecer para cada uno de ellos los mecanismos de control que resulten factibles. Los elementos que convergen en los servicios son: el cliente, el prestador del servicio, los objetos que se incluyen en el servicio, los locales de prestación del servicio, los equipos y muebles (Reyner, 2014).

El contar con un sistema de control de calidad en el servicio ayuda a la medición básica de ésta: para el

control de la calidad, la medición, proporciona necesidades del cliente y las capacidades del producto y de los procesos, y para el mejoramiento de la calidad, la medición puede motivar a la gente, dar prioridad a las oportunidades de mejoramiento y ayudar en el diagnóstico de las causas.

Reyner (2014) asevera que en todos los casos de realización de verificaciones se deben registrar los aspectos negativos encontrados puesto que estos serán los datos que posteriormente se utilizaran para conocer donde se deben emprender programas de mejora y para demostrar a la alta dirección la necesidad de iniciar estos.

2.2.2.2. Importancia de detección de fallas en el servicio dentro del sistema de control de la calidad

Las fallas en el servicio son inevitables en cualquier restaurante, porque mientras los propietarios y/o gerentes trabajan para controlar el mayor número posible de fallas, éstas siempre suceden. El propósito de detectar las fallas en el servicio es categorizar aquellos elementos que conducen a una percepción diferencial negativa del servicio por parte del cliente con el fin de identificar las áreas prioritarias de mejora de las organizaciones (Laguna y Rodríguez, 2015).

Por lo tanto, rastrear y analizar las fallas en el servicio puede ser una herramienta útil, porque al categorizar sistemáticamente las quejas del cliente, se pueden desarrollar criterios que reflejen la percepción éste en cuanto a la calidad del servicio.

2.2.3. Métodos de evaluación de la calidad

Como ya se dijo, la creciente importancia que representa el sector de servicios en las economías de todo el mundo ha sido, sin duda, la causa principal del aumento de la literatura sobre el marketing de los servicios en general. En ella se han tratado profundamente diferentes temas en los últimos años, uno de los cuales ha sido la medida de la calidad de servicio. Así mismo, la medición de la calidad se revela como una necesidad asociada al propio concepto de gestión, ya que todo aquello que no se expresa en cifras no es susceptible de gestionarse, y, por tanto, de ser mejorado (Ruiz, 2015).

Existen numerosos métodos de evaluación y cada uno presenta sus ventajas y desventajas no existiendo un método ideal o universal aplicable a todas las personas, todos los puestos, todas las empresas y todas las situaciones. La elección de uno u otro dependerá de numerosos aspectos, como las características que se desean medir, la cultura empresarial existente y los objetivos que se pretenden conseguir (Reyner, 2014).

Diferentes modelos han sido definidos como instrumento de medida de la calidad de servicio siendo el SERVQUAL y el SERVPERF los métodos que mayor número de trabajos ha aportado a la literatura sobre el tema.

El modelo SERVQUAL se basa en la diferencia entre las percepciones reales por parte de los clientes del servicio y las expectativas que sobre éste se habían formado previamente. De esta forma, un cliente valorará negativamente o positivamente la calidad de un servicio en el que las percepciones que ha obtenido sean inferiores o superiores a las expectativas que tenía (Mendoza, 2014).

En contraste, el modelo SERVPERF se basa únicamente en las percepciones y emplea únicamente las 22 afirmaciones referentes a las percepciones sobre el desempeño recibido del modelo SERVQUAL, por tanto, reduce a la mitad las mediciones con respecto al SERVQUAL (Ruiz, 2015).

Otra forma de evaluar es mediante la Técnica de Incidentes Críticos (TIC), la cual permite conocer la percepción de los clientes sobre los servicios de una empresa, así como la capacidad que tienen ciertos elementos para determinarla de una forma negativa lo que puede hacer que los clientes realicen una valoración de la calidad (Laguna y Rodríguez, 2015).

2.2.3.1. Técnica de Incidentes Críticos (TIC)

Esta técnica utilizada ha sido innovada y utilizada con algunas variantes a través de los años y es uno de los recursos que se pueden emplear entre otros para:

- Realizar un proceso de selección de personal.
- Realizar una evaluación del rendimiento laboral de los trabajadores de una organización.
- Realizar un diagnóstico de necesidades de formación.
- Realizar un análisis de competencias.
- Identificar competencias.
- Registrar incidentes críticos dentro de empresas u organizaciones.

Roger Buckley (2014) describe a la TIC como, un procedimiento para recoger datos de incidentes que se consideran críticos para el rendimiento eficaz en determinado trabajo. La recogida de información se realiza mediante observación o registrando informes

orales o experiencias puntuales de los trabajadores u otras personas, como sus superiores inmediatos, clientes etcétera.

En contraste, de acuerdo a Quezada (2014), la Técnica de los Incidentes Críticos consiste en una metódica recopilación de informaciones sobre incidentes ocurridos durante un período para aprender de esas experiencias y prevenir futuros accidentes o situaciones de emergencia que puedan destruir o deteriorar seriamente un sistema, un servicio básico etc. Es decir, ayuda mediante el procesamiento de informaciones a prevenir los efectos negativos de situaciones probables. La obtención de informaciones, como centro de la técnica, se basa en el uso de cuestionarios, entrevistas, observación participante, etc. con los afectados o con aquellos que intervinieron en situaciones pasadas.

Este proceso debe verse como abierto, es decir, sin un final definitivo, pues la información obtenida seguirá enriqueciéndose constantemente. La técnica de incidentes críticos tiene dos formas de utilización:

- Cuestionario.
- Entrevista de Incidentes Críticos.

Después de haber realizado un estudio de gestión por competencias utilizando la TIC, Quezada concluyó que algunas ventajas y desventajas de aplicar esta técnica son:

- Ventajas:
 - Es una técnica barata que suministra buenas informaciones.
 - Ayuda al acentuar los rasgos o aspectos que hacen más vulnerable a un sistema.
 - Es apropiada para identificar eventos menos usuales y que no serían tenidos en cuenta por otras técnicas orientadas más a las actividades ordinarias o rutinas.
 - Puede ser especialmente interesante en usuarios de sistemas que deban informar también sobre casi-crisis, para tomar medidas preventivas.

- Desventajas:
 - Una dificultad proviene del tipo del incidente referido, pues la técnica se apoya en los informes de personas y requiere veracidad y objetividad, algo a veces difícil por el inevitable sesgo individual en la misma forma de experimentar una situación.
 - Además, hay que contar con fallos o distorsiones en la memoria.
 - Por último, la técnica subraya sólo eventos no ordinarios, y puede pasar por alto situaciones de continuado riesgo.

2.2.3.2. Diagrama de Ishikawa (Esqueleto de pescado)

El Diagrama de Ishikawa, también llamado diagrama de causa-efecto, según Martínez (2015), es una de las diversas herramientas surgidas a lo largo del

siglo XX en ámbitos de la industria y posteriormente en el de los servicios, para facilitar el análisis de problemas y sus soluciones en esferas como es la calidad de los procesos, los productos y servicios. Construido con la apariencia de una espina de pescado, esta herramienta fue aplicada por primera vez en 1953, en el Japón, por el profesor de la Universidad de Tokio, Kaoru Ishikawa, para sintetizar las opiniones de los ingenieros de una fábrica, cuando discutían problemas de calidad.

Se usa para:

- Visualizar, en equipo, las causas principales y secundarias de un problema.
- Ampliar la visión de las posibles causas de un problema, enriqueciendo su análisis y la identificación de soluciones.
- Analizar procesos en búsqueda de mejoras
- Conduce a modificar procedimientos, métodos, costumbres, actitudes o hábitos, con soluciones, muchas veces, sencillas y baratas.
- Educa sobre la comprensión de un problema.
- Sirve de guía objetiva para la discusión y la motiva.
- Muestra el nivel de conocimientos técnicos que existe en la empresa sobre un determinado problema.
- Prevé los problemas y ayuda a controlarlos, no sólo al final, sino durante cada etapa del proceso.
- No basta con decir "trabajen más", "esfuércense" Hay que señalar pasos, y valorar las causas de los problemas. Ordenarlas para poder tratarlas.

2.2.3.3. Diagrama de Pareto

Al igual que el diagrama anterior de acuerdo a Martínez (2015), el diagrama de Pareto es una herramienta, la cual se utiliza para priorizar los problemas o las causas que los generan. El nombre de Pareto fue dado por el Dr. Juran en honor del economista italiano Vilfredo Pareto quien realizó un estudio sobre la distribución de la riqueza, en el cual descubrió que la minoría de la población poseía la mayor parte de la riqueza y la mayoría de la población poseía la menor parte de la riqueza.

El Dr. Juran aplicó este concepto a la calidad, obteniéndose lo que hoy se conoce como la regla 80/20. Según este concepto, si se tiene un problema con muchas causas, podemos decir que el 20% de las causas resuelven el 80 % del problema y el 80 % de las causas solo resuelven el 20 % del problema.

Los propósitos generales del diagrama de Pareto son:

- Analizar las causas
- Estudiar los resultados
- Planear una mejora continua

La gráfica de Pareto es una herramienta sencilla pero poderosa al permitir identificar visualmente en una sola revisión las minorías de características vitales a las que es importante prestar atención y de esta manera utilizar todos los recursos necesarios para llevar a cabo una acción de mejora sin malgastar

esfuerzos ya que con el análisis se descartan las mayorías triviales.

2.2.3.4. Escala de Likert

Antivilio (2016), dentro de su investigación de la teoría y construcción de pruebas psicológicas, dice que la escala de Likert fue desarrollada en 1932 por el psicólogo Rensis Likert, y es también denominada método de rangos sumatorizados.

También menciona que aún es considerada como una de las escalas más flexible y popular para la medición de actitudes. Consiste en un conjunto de afirmaciones, juicios y preguntas frente a la cual la persona expresa su reacción, en donde los ítems califican el objeto actitudinal, para ello se ubica en uno de los puntos que se le presentan en un continuo. Dicho continuo varía entre una máxima favorabilidad hasta una máxima des favorabilidad.

Para construir una Escala de Likert, según el mismo autor antes mencionado se deben tomar en cuenta lo siguientes puntos:

- La prueba no debe durar más de 3540 minutos
- Los ítems deben expresar una relación lógica, para que la persona pueda expresar su acuerdo o desacuerdo.
- Los ítems no son ambiguos, es decir, tienen una dirección.
- No se usan condicionantes específicos en la redacción del reactivo (nunca, siempre)

2.2.4. Estrategias para mejorar el servicio

El objetivo de realizar una investigación de medición de la calidad, es la utilización de los resultados para iniciar un proceso en cascada de retroalimentación de datos, relevantes para cada unidad de la organización, con el fin de que en equipos de trabajo se analicen los principales resultados obtenidos, se desarrollen visiones compartidas de la situación y se formulen estrategias de mejora de la calidad de servicio. Estas actuaciones contribuyen a crear una cultura de la calidad que facilita la consecución de niveles óptimos de satisfacción de los clientes (Martínez, 2015).

Según Martínez (2015), las estrategias para mejorar la calidad en el servicio son básicamente un módulo de consultoría que permite el adecuado desarrollo en la empresa. Los directores de las diferentes unidades de las organizaciones implicadas en el proceso reciben formación y entrenamiento en los principales elementos del modelo, la interpretación de los resultados relevantes para su unidad y en la preparación, conducción y desarrollo de una o varias sesiones de trabajo con su equipo en las que analizan el modelo de calidad, los resultados obtenidos, especialmente los indicadores más significativos, y posteriormente desarrollan propuestas de mejora que pudieran conducir a fortalecer los puntos más positivos y mejorar los que muestran debilidades significativas. Durante este proceso es importante estimular en los empleados la capacidad de percibir la calidad de servicio desde el punto de vista de los diferentes grupos o segmentos de clientes a los que sirve la organización. Por otra parte, estas estrategias buscan estimular la capacidad y el interés de los empleados por sorprender positivamente a los clientes y estar atentos a sus demandas, en línea con la política, el estilo y la cultura de la organización que en principio debe ser una de las bases de su ventaja competitiva.

Por consiguiente, los autores Han, Chen y Ebrahimpour (2017) opinan que la competencia internacional, las altas expectativas de la calidad y el deseo de crecer dentro de una competencia globalizada, intensificada por la falta de regulación, ha motivado a las organizaciones a adoptar estrategias para conocer y medir las necesidades de los clientes.

De acuerdo a Han et al., (2017), en los últimos años gerentes han introducido herramientas o estrategias administrativas relativamente nuevas para ayudar a brindar mejores productos y servicios dentro de las empresas, tales como TQM y benchmarking, entre otras.

- The Total Quality Management (TQM), se enfoca en mejorar la efectividad de las organizaciones y la responsabilidad que se debe tener acerca de las necesidades de los clientes, de tal manera que su propósito principal es la excelencia en la organización y la satisfacción del cliente.
- En el entorno empresarial, el término Benchmarking se utiliza en la actualidad para hacer referencia a un instrumento de mejora que, integrado con otras técnicas de gestión de calidad, va mucho más allá de la simple comparación entre empresas o departamentos (Han et al., 2017).

2.2.5. Dimensiones de la calidad del servicio

Conocido que es lo que influye sobre las expectativas (lo que espera o predice el cliente) pasemos a analizar cuáles son los elementos que, durante el proceso de prestación del servicio, generalmente perciben los clientes, y en torno a lo cual giran sus deseos o predicciones. Esto nos lleva a compartir las tres dimensiones de la Calidad del Servicio identificadas por numerosas investigaciones, que más perciben los usuarios y que

se han convertido en criterios generales para evaluar el servicio en cada uno de los "Momentos de Verdad". Esas dimensiones o criterios son: La capacidad de respuesta o responsabilidad, la cortesía, y las competencias personales (que incluye: empatía, comunicación y comprensión del usuario). (Efrén, Echeverri & Ruiz, 2014)

A continuación, detallaremos cada una de ellas:

1. Capacidad de respuesta

La capacidad de respuesta es percibida como la disposición para ayudar a los clientes, otra característica de la capacidad de respuesta es el servicio rápido a los clientes.

Según Efrén, Echeverri & Ruiz (2014) la capacidad de respuesta es la disposición y voluntad del personal para ayudar a los clientes, menciona que es la disposición para ayudar a los clientes y para proveerlos de un servicio rápido. De otra manera, se refiere a que se debe suministrar el servicio rápido a los clientes, es decir la respuesta se traduce en proveer de un servicio rápido.

2. Cortesía

Se refiere a la amabilidad con que se trata a los clientes, lo que infunde confianza. (Sandoval, 2016).

Este concepto significa, por ejemplo, que los clientes reciben un trato cortés de todo el personal de la empresa, incluyendo el de seguridad, telefonistas, recepcionistas, personal de limpieza, mozos, directivos, empleados, sin importar el nivel de estrés al que estén sometidos. Asimismo, implica que los empleados no reaccionan de manera negativa ante un cliente disgustado; que en la empresa se respetan las

propiedades de los clientes (documentos, carteras, equipos telefónicos, etc.); el personal de contacto con los clientes mantiene una apariencia pulcra y agradable, etc.

3. Competencias personales

Consiste en poseer las habilidades y conocimientos requeridos para desempeñar el servicio, como destrezas del personal. (Sandoval, 2016).

Es la posesión y el desarrollo de destrezas, conocimientos, actitudes adecuadas y la experiencia suficiente para desarrollar sus funciones designadas.

2.2.6. Satisfacción del usuario

2.2.6.1. Antecedentes de la satisfacción de usuarios

Ubicar el origen en el tiempo de la satisfacción de usuarios nos remite necesariamente al tema de la evaluación. El tema de la evaluación empieza a tratarse en la década de los sesenta del siglo XX, e inicia con estudios relacionados con la evaluación de colecciones, campo ampliamente tratado desde entonces.

La frase satisfacción de usuarios aparece en la siguiente década 1970, y poco a poco ha ido abriéndose paso hasta ser concebida como una de las formas básicas de la evaluación general de las unidades de información. A finales de esa década, se resalta ya la relevancia de la satisfacción, pues señala como propósito fundamental de la evaluación: La maximización del uso de la información.

Y abunda al apuntar que para lograr este objetivo se hace necesario: maximizar el conocimiento de la comunidad y minimizar la frustración del usuario en la satisfacción de sus necesidades. Como se puede apreciar le da una gran importancia al sujeto dentro de todo el proceso de la evaluación de los procesos bibliotecarios. A pesar de la trascendencia de la satisfacción de usuarios, se han realizado pocos trabajos, sobre este fenómeno. En una búsqueda hecha en bases de datos internacionales sobre estudios de usuarios en general, se encontró que existían escasos registros relacionados con la satisfacción, que la producción de trabajos sobre este tópico empieza en la década de los ochenta, y se ha ido incrementando lentamente hasta la fecha, lo que nos lleva a establecer que la satisfacción de usuarios ha sido poco atendida. El mismo patrón se ha seguido a nivel de América Latina, en esta región, se han hecho estudios principalmente, para determinar las necesidades de información, los estudios sobre satisfacción empiezan a partir de 1980. (Hernández, 2015).

2.2.6.2. Delimitación conceptual de la satisfacción de usuarios

Más difícil que ubicar su origen es definirla, incluso varios autores (Shi; Holahan y Jurkat, 2014; Vogt, 2014; Griffiths, Johnson y Hartley, 2017) afirman que existe una carencia de marcos teóricos sobre la satisfacción de usuarios. Éstos últimos nos proveen de algunas definiciones:

- Es un estado que experimenta el usuario dentro de su cabeza, una respuesta que puede ser tanto

intelectual como emocional.

- Estado de la mente que representa la mezcla de las respuestas materiales y emocionales del usuario hacia el contexto de búsqueda de información.
- El cumplimiento completo de una necesidad o deseo; el logro de un fin deseado.

Por su parte Vogt (2014) nos dice que: [...] es el resultado de un proceso permanente de comparación entre la experiencia y las percepciones subjetivas, en un lado, y los objetivos y las expectativas, en el otro. A partir de todas estas ideas podemos generar un concepto, la satisfacción de usuarios de la información es un estado mental del usuario a representa sus respuestas intelectuales, materiales y emocionales ante el cumplimiento de una necesidad o deseo de información. Este estado siempre es un constructo y juicio de evaluación, ya que se comparan los objetivos y expectativas contra los resultados obtenidos.

La satisfacción contempla tres grandes áreas: el funcionamiento del sistema de búsqueda y recuperación de información; el recurso de información obtenido; y los servicios. Estas áreas son consistentes con las bases ontológicas de la disciplina: el recurso de información, como elemento básico para resolver una necesidad del ser usuario; la articulación del sistema de búsqueda y recuperación de información y los servicios-acceso como la actividad bibliotecaria para facilitar esa solución. Desafortunadamente la mayoría de estudios sobre la satisfacción del usuario se ha dirigido a medir el funcionamiento de los sistemas de búsqueda y recuperación de información y el recurso obtenido y no a

los servicios.

Las medidas más utilizadas han sido la relevancia y la pertinencia, dejando de fuera elementos tales como, el estilo o diseño de la interface, la facilidad del manejo del sistema, la utilidad de la información y los servicios de toda la unidad de información. Un término que aparece constantemente asociado a la satisfacción es la calidad en general y más específicamente a la calidad de los servicios. La primera se entiende como que tan bueno es un servicio, y no necesariamente que tan grande o extenso, o como la idoneidad de un servicio o producto a su propósito o uso planteado, sujeta a las expectativas del cliente, usuario o público (Nejati y Nejati, 2016).

En cuanto a la segunda, es definida como la diferencia entre las expectativas del usuario de la biblioteca y las percepciones del servicio recibido, se debe satisfacer la petición de cada usuario en forma precisa, exhaustiva y expedita. Resalta el hecho que la calidad debe estar en conformidad con los requerimientos o necesidades del cliente [usuario], de aquí su relación con la satisfacción de usuarios. Una tendencia que se está siguiendo en algunos países de Europa y en Estados Unidos, es asociar la satisfacción con la idea empresarial de orientación al cliente/usuario.

Esta frase puede ser confusa puesto que se ubica más como un nivel de formación de usuarios, que, como un proceso para promover su satisfacción, la orientación al cliente: [...] consiste en el análisis y el cuidado de las expectativas del cliente de una forma exhaustiva y

continua, así como su aplicación interna y externa tanto en el funcionamiento corporativo como en las interacciones destinadas a crear unas relaciones estables y provechosas económicamente a largo plazo. (Vogt, 2014).

Si analizamos esta definición, nos daremos cuenta que simplemente se toman de otras disciplinas (como la administración y específicamente la mercadotecnia) aspectos que están considerados en nuestros fundamentos ontológicos, la importancia de satisfacer de la manera más eficiente las demandas de las comunidades de sujetos que acuden a un espacio bibliotecario. Surge ahora otra interrogante ¿cómo sabemos que verdaderamente estamos cubriendo las necesidades de nuestros usuarios? El cumplir nuestro objetivo ontológico tendrá sentido a partir de evaluar si se están cubriendo o no las necesidades, es decir, realizar estudios para medir su satisfacción.

2.2.6.3. Tendencias metodológicas para realizar estudios de satisfacción de usuarios

Se han seguido diversos caminos para tratar de medir la satisfacción de los usuarios, los cuales cubren diferentes enfoques disciplinarios, cabe resaltar que en la mayoría de los estudios se han utilizado métodos y/o técnicas de corte cuantitativo. A continuación, se describen de manera somera algunos modelos teóricos, métodos, técnicas e instrumentos que se han seguido para evaluar la satisfacción de los usuarios de información.

❖ Modelos teóricos

a) Teoría de la no confirmación de expectativas.

Es un modelo retomado de la mercadotecnia, sugiere que los clientes determinan su satisfacción, al comparar las expectativas que traían de un servicio o producto con su funcionamiento real, permite predecir su satisfacción o insatisfacción, ya que compara las expectativas de calidad de lo que va a consumir un sujeto con la experiencia real de consumo. Cuando la actuación del producto o servicio es mayor que las expectativas, resulta una no confirmación positiva o satisfacción; cuando es menor es una no confirmación negativa o insatisfacción. Para esta teoría la actuación del servicio está definida como la percepción subjetiva del cliente acerca de la calidad del producto o servicio después de ser consumido. (Shi; Holahan; y Jurkat, 2014).

En la bibliotecología esta teoría se aplica entendiendo: cliente por usuario (aunque cada vez más en la literatura bibliotecológica también se emplee este término); producto por recurso de información físicamente recuperado; y servicio queda como tal. Esta teoría mide aspectos de calidad, y la forma como se ha medido hasta ahora es con encuestas, como instrumento de medida se ha usado el cuestionario de preguntas cerradas y escalas de medición.

b) Descontento potencial. Empieza a utilizarse en la década de los setenta del siglo pasado, y considera que las quejas de los clientes son una serie de múltiples reacciones que emergen del descontento que sienten cuando esperan que cierto servicio sea de tal o cual forma. Este descontento puede ser de dos maneras: externo o que emerge, y potencial. En el externo el cliente presenta sus quejas ante las instancias que le puedan dar solución; en el potencial, el cliente no presenta públicamente su queja, sin embargo, está insatisfecho con el servicio. (Huang, 2016). Las razones por las que se puede sentir descontento potencial pueden ser:

- Pensar que hacer patente una queja no resolverá el problema.
- Sentir que el procedimiento para quejarse es complicado, o simplemente lo desconoce.
- Pensar que el asunto es demasiado pequeño y que no vale la pena quejarse.
- Pensar que quejarse está por debajo de la dignidad.
- Creer que no quejarse es una costumbre social, una actitud mental o un hábito de vida.

Algunas actitudes de los usuarios que nos muestran que tienen un descontento potencial son: elogiar a otras unidades de información o algún recurso o servicio específico para menospreciar otro; hacer una sugerencia racional; mostrar sus sentimientos mediante alguna conversación, comparando sus

colecciones privadas como mejores que las de la biblioteca; no asistir a la biblioteca; presentar conductas inconvenientes (hablar fuerte, emplear palabras ofensivas).

Si percibimos alguno de estos comportamientos significa que el usuario no está satisfecho, pero teme por alguna razón presentar su queja o descontento.

c) Análisis de disponibilidad. Se encarga básicamente de medir que los recursos estén disponibles físicamente cuando se necesitan. Está conformada por cuatro medidas independientes, que se refieren a la probabilidad de la satisfacción de una demanda específica, se miden los desempeños de: adquisición, circulación, biblioteca y al usuario. Estas medidas se cruzan con parámetros de evaluación: número total de demandas en el período de estudio; demandas satisfechas; demandas no satisfechas por fallas: en la adquisición, en la circulación, en la biblioteca y por el usuario.

d) Medición de la calidad percibida. Fue desarrollada por Cronin y Taylor a diferencia del modelo de no confirmación, este modelo sólo se basa en percepciones. Según esta tendencia los clientes forman sus percepciones sobre la calidad de un servicio con base en una evaluación del desempeño en múltiples niveles, y al final combinan esas evaluaciones para llegar a la percepción global de la calidad del servicio.

❖ **Métodos, técnicas e instrumentos de medida**

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

Se hacen de dos a tres vueltas, en cada una el investigador deberá analizar y depurar las respuestas y volver a circularlo. Su aplicación es anónima, con el fin de que no existan influencias que pudieran sesgar los resultados. Un ejemplo de la aplicación de este método para realizar estudios de satisfacción es la investigación realizada por Aparecida (2016), ella utilizó este método para detectar los factores que influyen en la calidad de los servicios desde la percepción del personal bibliotecario, de las áreas de circulación y referencia. Los resultados del estudio son consistentes con las categorías que se presentaron anteriormente.

Se considera que los métodos para abordar el fenómeno de la satisfacción deberían tender hacia lo cualitativo, pues existen muchos aspectos que es difícil describir cuantitativamente. Para abonar a esta idea a continuación se presentan algunas técnicas de

tipo cualitativo que se pueden seguir:

a) Incidente crítico. Es una técnica que sirve para recolectar hechos importantes de comportamientos realizados en situaciones específicas. Estas situaciones se denominan incidentes críticos: Por incidente se entiende cualquier actividad humana observable que es suficientemente completa por sí misma para permitir que se hagan inferencias y predicciones acerca de la persona que realiza el acto. Para ser crítico, un incidente debe ocurrir en una situación en donde el propósito o intención del acto sea bastante claro al observador y en donde sus consecuencias sean suficientemente definitivas como para dejar poca duda acerca de sus efectos. (Hernández, 2015).

Los datos se recolectan utilizando un cuestionario generalmente con preguntas abiertas, una entrevista o un ensayo amplio y descriptivo, estos instrumentos deben aplicarse inmediatamente después que un incidente haya ocurrido, p. ejem: una entrevista de consulta; una búsqueda de información.

b) Grupo focal. Estudia la opinión de un grupo específico de sujetos (no más de 10) que son seleccionados como informadores clave, es definido como: [...] una técnica de la investigación cualitativa cuyo objetivo es la obtención de datos por medio de la percepción, sentimientos, actitudes y opiniones de grupos de personas [...]

Por medio de esta técnica los entrevistados hablan en su propio lenguaje, desde su propia estructura y conceptos y son animados para seguir sus prioridades en términos propios. (Hernández, 2015).

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

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

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

información.

- Reacción ante los servicios nuevos.

e) Simulación de uso. Algunos investigadores, sin identificarse como tales, se presentan ante la biblioteca para solicitar un recurso o servicio, para probar si se están ofreciendo en forma adecuada, estos usuarios simulados proporcionarán un punto de vista externo. Se hace una observación sistemática y se registra toda la situación, esto permitirá identificar las áreas problemáticas. Apoya sobre todo los puntos débiles del contacto con los usuarios. (Vogt, 2014).

f) Gestión de reclamaciones. De lo que se trata es de promover la generación de reclamos entre la comunidad de usuarios, toda vez que se animan a escribirlos, éstos son recibidos, procesados y analizados. Si ha existido una buena motivación esta técnica será muy útil para identificar problemas que provocan insatisfacción. En cuanto a los instrumentos de medida, ya se han mencionado algunos como son: cuestionarios, entrevistas, ensayos, documentos y registros grabados. A los que se pueden agregar los siguientes: diarios, cuadernos de campo, fotografías, grabaciones (audio, video y audiovisuales), mapas, y escalas de medición entre otros.

En la actualidad han aparecido instrumentos que contienen indicadores preestablecidos para evaluar la calidad de los servicios de información,

a continuación, se presentan los más difundidos:

- ◇ **SERVQUAL.** Es una herramienta de escala múltiple elaborada por Parasuraman A.; Zeithalm, V.A.; y Berry, L.L. que mide la percepción de la calidad de los usuarios de cualquier servicio, la cual es entendida como el juicio de un cliente acerca de la superioridad o excelencia total de una entidad, relaciona: la calidad con la actitud; la calidad contra la satisfacción; y las expectativas contra las percepciones. El instrumento mide cinco dimensiones de la calidad de los servicios: fiabilidad, elementos tangibles, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Los autores transformaron estas dimensiones en 22 afirmaciones que son medidas, primero como expectativas y posteriormente como lo que percibieron.

SERVQUAL está formado por dos partes: en la primera, se incluyen 22 afirmaciones que registran las expectativas del cliente, tanto del servicio deseado como del adecuado; la segunda, está conformada por 22 afirmaciones sobre la calidad percibida. Cada afirmación se mide con una escala de evaluación de Likert de 7 puntos que va desde totalmente de acuerdo hasta totalmente en desacuerdo. Esta herramienta ha sido aplicada ampliamente, tanto en empresas o negocios como en unidades de información.

- ◇ **SERVPERF.** Es una escala de medición desarrollada por Cronin y Taylor, como resultado de la crítica a la escala SERVQUAL. La herramienta incluye únicamente las 22 afirmaciones referentes a las percepciones sobre el desempeño recibido del modelo SERVQUAL. Reduce por tanto a la mitad las mediciones, la aplicación de esta herramienta nos lleva a considerar que la calidad del servicio será tanto mejor cuanto mayor sea la suma de dichas percepciones. Al comparar estas herramientas con los modelos teóricos antes descritos, se puede percibir que las dos primeras siguen el modelo de no confirmación de las expectativas, y éste último el de la medición de la calidad percibida.

2.2.6.4. Dimensiones de satisfacción del usuario

Delbanco y Daley (2016) refieren que la satisfacción del usuario es uno de los resultados más importante de prestar servicios de buena calidad, dado que influye de manera determinante en su comportamiento.

Para estos autores la satisfacción del cliente puede influir en:

- El hecho que el usuario procure o no procure atención.
- El hecho de que el usuario siga o no siga las instrucciones del prestador de servicios.
- El hecho de que el usuario regrese o no regrese al prestador de servicios.

Tanto el Ministerio de Salud y Dueñas, (2014), plantean la existencia de dos principales dimensiones, las mismas que son tomadas para la presente investigación.

1. Confianza en el servicio

Es la seguridad o esperanza firme que el usuario tiene del servicio. También se trata de la presunción de uno mismo y del ánimo o vigor para obrar.

En un sentido más amplio, significa que la institución cumple sus promesas acerca de la entrega, la prestación del servicio, la solución de problemas y los precios (“entregar lo que se promete”).

2. Trato recibido

Es la acción y efecto de trato que recibe los usuarios o personas a solicitar el servicio. Se refiere a lo que sucede cuando los servicios ofrecidos por la institución se diseñan y prestan tomando en consideración las expectativas y preferencias de los usuarios.

Para facilitar su medición, el trato recibido se ha desagregado en estos dos principales indicadores: calidad del servicio y percepción del usuario.

2.3. Definición de términos básicos

- **Calidad:** Conformidad con las especificaciones o cumplimiento de los requisitos y entiende que la principal motivación de la empresa, hacerlo bien a la primera vez y conseguir cero defectos. (Méndez, 2014)
- **Calidad de atención.** - La calidad de atención es una forma de actitud, relacionada pero no equivalente con la satisfacción, donde el cliente compara sus expectativas con lo que recibe una vez que ha llevado a cabo la transacción y así mismo la calidad de atención es un juicio global del consumidor, relacionado con la excelencia y superioridad del servicio. (Ruiz, 2015).
- **Capacidad de respuesta.** - Es la disposición y voluntad del personal, están siempre dispuestos a suministrar el servicio para ayudar al cliente y proporcionar el servicio, se manifiesta el grado de preparación que tenemos para entrar en acción para dar un buen servicio, exige que sea muy cuidadoso desde la primera vez con el objetivo de no perder clientela, por último, es el deseo de ayudar a los clientes y de poder servirlos de manera rápida. (Hernández, 2015)
- **Confiabilidad.** - La confiabilidad se refiere a 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, y además está asociada a cumplir con lo que promete, interés por resolver su problema, desempeño del servicio, proporción del servicio oportunamente y el mantener informados a los clientes. (Zeithman, Valerie y Bitner, 2014)

- **Competencia del personal:** Indicador que califica al trabajador que tan competente es, en su trabajo diario, para brindar los servicios a los usuarios. (Sandoval, 2016).
- **Competitividad del trabajador:** Dimensión técnica que consiste en la mejor aplicación del conocimiento, idoneidad profesional. (Han, Chen y Ebrahimpour, 2017)
- **Compromiso del personal:** Indicador que mide que tan sensibilizados y socializados se encuentran los trabajadores con la misión y visión Institucional. (Han, Chen y Ebrahimpour, 2017)
- **Empatía.** - Es la capacidad de ponerse en el lugar del cliente mediante un proceso personalizado que implica capacidad de respuesta producto de una comunicación personal propiciadora de una situación de sostenibilidad en la que el empleado interviene para atender al cliente, y así mismo la empatía está asociada a la atención individual, atención personal, preocupación por los intereses del cliente y entender sus necesidades. (Efrén, Echeverri & Ruiz, 2014)
- **Expectativas.** - Se refieren a las esperanzas que los clientes o usuarios tienen por conseguir algo, el cual se da también como una evaluación subjetiva de la probabilidad de alcanzar una meta concreta. Por ello es medida a través del esfuerzo de los empleados, vitalización de los productos, el nivel de servicio, por la expectativa de servicio y por el grado de complacencia. (Palafox, 2017)
- **Niveles de satisfacción.** - El nivel de satisfacción del cliente revela el grado lealtad hacia una marca o empresa, ya que siente una afinidad emocional, luego de haber experimentado diferentes niveles de satisfacción. Por ello es medido a través de la satisfacción de precios, por la recepción de servicio, por la satisfacción de horarios,

por la cortesía, por las facilidades de pago, por el disfrute de variedad de productos. (Nejati y Nejati, 2016).

- **Satisfacción del usuario.** - Este es un tema muy importante en el mundo empresarial globalizado, debido a que el máximo objetivo es satisfacer las necesidades de usuario. Determina que se da como resultado de la diferencia entre los estándares de comparación previos de los clientes y la percepción del desempeño del producto o servicio, asimismo es la evaluación cognitiva y emocional de toda la experiencia con un proveedor en particular y de sus productos o servicios. (Vogt, 2014)
- **Seguridad.** - Es la habilidad de transferir confianza al cliente por medio del conocimiento del servicio, implica la cortesía prestada y amabilidad de los empleados, y así mismo está asociado a la confianza del personal, seguridad al cliente, tanto de cortesía y conocimiento del vendedor. Es por ello que la seguridad puede medirse por la confianza, seguridad de transacciones, la amabilidad y por el conocimiento para responder preguntas. (Ruiz, 2015).
- **Rendimiento percibido.** - Se refiere al rendimiento percibido como desempeño (en cuanto a la entrega de valor) que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio y dicho de otro modo es el resultado que el cliente percibe. Por ello es medido a través de la identificación con el cliente, desempeño de los empleados, relación con slogan comercial, comodidad con ambiente físico, agrado, percepción del desempeño de trabajadores. (Buckley, 2014)

2.4. Hipótesis

2.4.1. Hipótesis general

H₁: “Existe relación significativa entre la calidad de atención y la satisfacción de los usuarios de la SUNARP sede Pucallpa, 2018”.

H₀: “No existe relación significativa entre la calidad de atención y la satisfacción de los usuarios de la SUNARP sede Pucallpa, 2018”.

2.4.2. Hipótesis específica

- Existe relación significativa entre la capacidad de respuesta de los trabajadores y la satisfacción de los usuarios en la SUNARP sede Pucallpa, 2018.
- Existe relación significativa entre la cortesía y la satisfacción de los usuarios en la SUNARP sede Pucallpa, 2018.
- Existe relación significativa entre las competencias personales y la satisfacción de los usuarios en la SUNARP sede Pucallpa, 2018.

2.5. Variables

❖ Variable 1:

Calidad de atención.

• Dimensiones:

- Capacidad de respuesta
- Cortesía
- Competencias personales

❖ **Variable 2:**

Satisfacción del usuario.

• **Dimensiones:**

- Confianza en el servicio
- Trato recibido

2.5.1. Definición conceptual de la variable

❖ **Calidad de atención:**

Es la discrepancia entre las expectativas de los clientes sobre un servicio concreto y las percepciones o creencias que se forman los directivos sobre lo que espera el consumidor de ese servicio. (Ruiz, 2015).

❖ **Satisfacción de usuario:**

La satisfacción es como un juicio a raíz de una experiencia de consumo, que es el juicio del consumidor que un producto, siempre o está proporcionando un nivel de placer de cumplimiento relacionados con el consumo. (Oliver, 2014).

2.5.2. Definición operacional de la variable

❖ **Calidad de atención:**

La calidad de atención se puede definir operativamente a través de sus tres dimensiones como son: capacidad de respuesta, cortesía y competencias personales.

❖ **Satisfacción del usuario:**

La satisfacción del usuario se puede definir operativamente a través de sus dos dimensiones como son: confianza en el servicio y el trato recibido.

2.5.3. Operacionalización de las variables

Tabla N° 01
Operacionalización de las variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTOS
Variable Independiente: Calidad de atención	Es la discrepancia entre las expectativas de los clientes sobre un servicio concreto y las percepciones o creencias que se forman los directivos sobre lo que espera el consumidor de ese servicio. (Ruiz, 2015).	La calidad de atención se puede definir operativamente a través de sus tres dimensiones como son: capacidad de respuesta, cortesía y competencias personales.	Capacidad de respuesta	Rapidez en el servicio	1 - 2	Observación - Encuesta - Cuestionario - Documentación Bibliográfica
				Respuesta oportuna	3 - 4	
			Cortesía	Trato personal	5 - 6	
				Amabilidad	7 - 8	
			Competencias personales	Desempeño del personal	9 - 10	
				Experiencia laboral	11 - 12	
Variable Dependiente: Satisfacción del usuario	La satisfacción es como un juicio a raíz de una experiencia de consumo, que es el juicio del consumidor que un producto, siempre o está proporcionando un nivel de placer de cumplimiento relacionados con el consumo. (Oliver, 2014).	La satisfacción del usuario se puede definir operativamente a través de sus dos dimensiones como son: confianza en el servicio y el trato recibido.	Confianza en el servicio	Esfuerzo valorado	13 - 14	
				Valoración del servicio	15 - 16	
			Trato recibido	Calidad del servicio	17 - 18	
				Percepción del usuario	19 - 20	

Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Tipo y nivel de investigación

3.1.1. Tipo de investigación

El presente trabajo se ha clasificado como una investigación de tipo Descriptivo Correlacional.

- **Descriptiva:** También conocida como la investigación estadística, describen los datos y este debe tener un impacto en las vidas de la gente que le rodea y su objetivo es llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. (Sampieri, 2014).
- **Correlacional:** Porque tiene como propósito medir el grado de relación que existe entre dos variables, en un contexto particular, para determinar si están o no relacionadas con los mismos sujetos y después se analiza la correlación.

3.1.2. Nivel de investigación

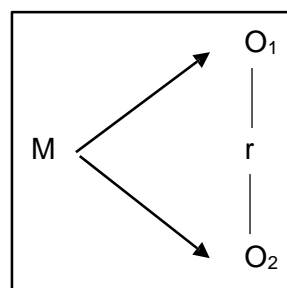
Según Sampieri (2014). **Investigación Descriptiva:** Se utilizó también este tipo de investigación, para describir la calidad de atención y el nivel de satisfacción del usuario de la SUNARP sede Pucallpa; de esta manera se detallará las falencias y las necesidades de cambio.

3.1.3. Diseño de investigación

Según Sampieri (2014) el diseño de investigación, responde al diseño no experimental, descriptivo correlacional–transeccional.

No experimental, porque no existe manipulación activa de alguna variable, transeccional; puesto que la recolección de información fue en un solo momento y en un tiempo único, el año 2018; correlacional, porque se busca establecer la relación entre las variables.

Esquema de diseño correlacional:



Donde:

- M = muestra de estudio
- O₁ = Calidad de atención
- O₂ = Satisfacción de los usuarios
- r = relación entre las variables

3.2. Descripción del ámbito de la investigación

❖ Unidad de análisis

La “unidad de análisis” está conformada por los usuarios que recurren a la SUNARP sede Pucallpa, los cuales corresponden a los objetivos de la presente investigación.

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.

BASE LEGAL: Mediante Ley N° 26366, se crea el Sistema de Nacional de Registros Públicos, y la Superintendencia Nacional de Registros Públicos - SUNARP, y por Resolución Suprema N° 135-2002-JUS, se aprueba el Estatuto de la SUNARP.

Que, mediante Resolución N° 346-2015-SUNARP/SN, la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos, aprobó su Plan Estratégico Institucional para el periodo 2016-2018, 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.

Visión

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.

Misión

Inscribir y publicitar actos, contratos, derechos y titularidades de las personas de manera oportuna, inclusiva, transparente, predecible y eficiente.

Zona Registral N° VI – Sede Pucallpa

Esta Zona Registral tiene a su cargo la Inscripción, Publicidad, de los hechos, actos y contratos que se han cumplido con lo estipulado en el nuevo Reglamento General de los Registros Públicos. Para la realización de los trámites, la Zona Registral N° VI pone a disposición de los usuarios la siguiente dirección:

❖ Zona Registral - Sede Principal

Dirección: Jr. Progreso N° 150

Horarios: De lunes a viernes 8:15 am. a 4:45 pm.

Teléfono:(061)57-2288

❖ Oficinas Registrales

Aguaytia

Dirección: Jr. Andahuaylas Mz. s Lt.13-Plaza Mayor

Horarios: De lunes a viernes 8:15 am. a 1:00 pm. / 2:30 pm. a 4:45 pm.

Teléfono: Anexo: 6186, 6182

❖ Oficinas Receptoras

○ Atalaya

Dirección: Jr. Rioja N°659

Horarios: De lunes a viernes 8:00 am. a 1:00 pm. / 2:30 pm. a 4:45 pm.

Teléfono: Anexo: 6185

- **Yarinacocha**

Dirección: Jr. 2 de Mayo N° 277-Frente a la plaza de Yarinacocha

Horarios: De lunes a viernes 8:00 am. a 1:00 pm. / 2:30 pm. a 4:00 pm.

Teléfono: 061-634496

- **Manantay**

Dirección: Av. Túpac Amaru N° 703

Horarios: De lunes a viernes 8:00 am. a 1:00 pm. / 2:30 pm. a 3:00 pm.

Teléfono: 961087925

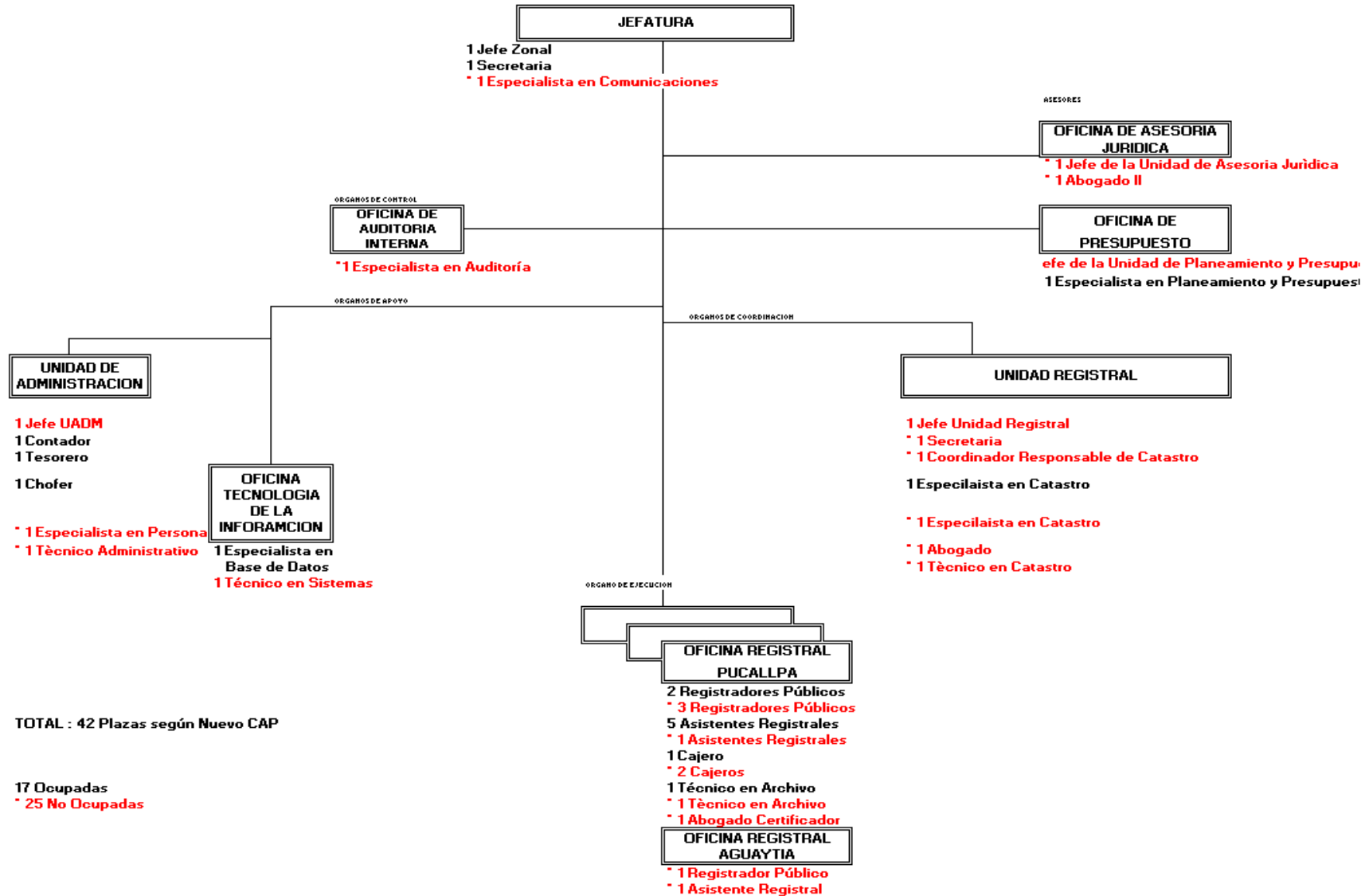
Reseña Histórica

La Zona Registral N° VI – Sede Pucallpa – Ex Oficina Registral Regional Ucayali, basa su fecha de creación de acuerdo a la apertura del I Tomo en la Provincia de Coronel Portillo del Departamento de Loreto (en ese entonces), cuya fecha de apertura es el 08 de Abril de 1948, de acuerdo a la diligencia indicada mediante Resolución Jefatural N° 068-96/ORRU-JEF de fecha 04 de Julio de 1996, fecha en la que se procede a instituir como fecha de creación de la Zona Registral N° VI – Sede Pucallpa.

❖ Ámbito geográfico temporal

El presente proyecto tiene un radio de acción o ámbito provincial, ya que los usuarios provienen de los principales distritos de la Provincia de Coronel Portillo, del Departamento de Ucayali, durante los meses de febrero hasta marzo del año 2018.

Grafico N° 01
Organigrama de la SUNARP – Zona Registral N° VI – Sede Pucallpa



3.3. Población y muestra

3.3.1. Población

Según Maya (2014) la población se define como un total del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual estudia y da origen a los datos de la investigación.

Para efectos de la presente investigación, nuestra población se delimitó de la siguiente manera:

Conjunto de Usuarios (750 personas) que concurren a las Oficinas de la SUNARP – Zona Registral N° VI – Sede Pucallpa.

3.3.2. Muestra

Maya (2014) afirma que la muestra *“es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico”*.

Por tanto, para determinar el tamaño de la muestra se utilizó la fórmula para las poblaciones finitas, aplicándola solo al segmento de los usuarios que concurren a las oficinas de la SUNARP – Zona Registral N° VI – Sede Pucallpa.

Tamaño de la muestra

Se determinó el tamaño de la muestra utilizando la fórmula que propone Maya (2014), que tiene en cuenta el tamaño de la población, el nivel de confianza expresado en un coeficiente de confianza redondeando y el margen de error. La fórmula utilizada fue la siguiente:

Muestra preliminar

$$n = \frac{Z^2 (p*q) N}{E^2 (N - 1) + Z^2 (p*q)}$$

Dónde:

N = Población conocida (750 personas)

n = Muestra inicial de la población = ¿?

Z² = Nivel de confianza = 95% = 1.96

p = Probabilidad de éxito = 0.5

q = Probabilidad de fracaso = 0.5

E² = Error muestral = 5% = 0.05

$$n = \frac{1.96^2 (0.5*0.5) 750}{0.05^2 (750 - 1) + 1.96^2 (0.5*0.5)}$$

$$n = 254.262416604892513$$

$$n = 254$$

Muestra ajustada

$$n = \frac{n'}{1 + \frac{n'}{N}}$$

Dónde:

N = Población conocida (750 personas)

n = Muestra ajustada = ¿?

n' = Muestra sin ajustar (254 personas)

$$n = \frac{254}{1 + \frac{254}{750}}$$

$$n = 189.7410358565737052$$

$n = 190$

Por lo tanto, el tamaño de la muestra está conformada por 190 usuarios que concurrieron a las Oficinas de la SUNARP – Zona Registral N° VI – Sede Pucallpa, durante el periodo 2018. Lo que equivale al 25.33% de la población.

3.4. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos

3.4.1. Técnicas

Según Peters (2014) las técnicas son el conjunto de mecanismos, medios o recursos dirigidos a recolectar, conservar, analizar y transmitir los datos de los fenómenos sobre los cuales se investiga. Por el cual el investigador se vale para acercarse a los hechos y acceder al conocimiento. Las técnicas utilizadas son las siguientes:

a) Observación directa

Se trabajó sistemáticamente haciendo uso de la observación con los sujetos involucrados y potenciales.

b) Encuesta

La cuál fue explicada a las personas que implícitamente o explícitamente tiene conocimiento o relación con el tema motivo del presente trabajo de investigación; encuestas que fueron aplicadas a la población o universo investigado por método no probabilístico por conveniencia y/o proximidad del investigador.

3.4.2. Instrumentos

Para obtener la información se utilizará como instrumento: **El cuestionario**, que en éste caso fueron dos: uno para la variable calidad de atención y otro cuestionario para la variable satisfacción del usuario. Dichos medios de recolección de datos estuvieron compuestos por un conjunto de preguntas diseñadas para generar la información necesaria y así alcanzar los objetivos del estudio.

El cuestionario contiene 20 preguntas, doce (12) ítems para la primera variable (calidad de atención) y ocho (08) ítems para la segunda variable (satisfacción del usuario), con alternativas definidas y debidamente cuantificadas, para su posterior procesamiento con el estadígrafo SPSS 23.

Las alternativas de los ítems de las dos variables tuvieron la valoración según la escala de Likert: (01) nunca, (02) casi nunca, (03) algunas veces, (04) casi siempre y (05) siempre.

Tabla N° 02

Técnicas e instrumentos para la recolección de datos

Técnicas	Instrumentos	Unidad de Análisis
Encuesta para la variable calidad de atención (Anexo N° 02-a)	Cuestionario	Usuarios que concurren a las Oficinas de la SUNARP – Zona Registral N° VI – Sede Pucallpa, 2018.
Encuesta para la variable satisfacción del usuario (Anexo N° 02-b)	Cuestionario	

Fuente: Elaboración propia.

3.5. Validez y confiabilidad del instrumento

Para medir la validez del instrumento de recolección de datos, se sometió el instrumento a una prueba denominada “Juicio de Expertos” mediante el cual, un especialista en metodología, en este caso el asesor de la Tesis designado por la universidad evaluó el instrumento, la redacción y contenido del cuestionario, indicando que el instrumento es válido y aplicable a la unidad de estudio.

En palabras de Hernández (2015) la validez de un instrumento se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir, es decir, que no se obvие ningún aspecto importante de la variable.

En cuanto a la confiabilidad, los resultados obtenidos con el programa SPSS Statistics versión 23, se plasmaron en la Tabla N° 03, en donde se analizó la confiabilidad con la prueba de: Alfa de Cronbach. Con el propósito de verificar el grado de uniformidad y consistencia del instrumento aplicado y la estabilidad de las puntuaciones a lo largo del tiempo, el procesamiento se realizó mediante la siguiente fórmula matemática:

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

Dónde:

K = Número de preguntas o ítems.

$\sum S_i^2$ = Varianza del ítem i.

S_T^2 = Varianza de los valores totales observados.

α = Coeficiente de Alfa de Cronbach.

En palabras de Valderrama & León (2014) sirve para evaluar la confiabilidad o la homogeneidad de las preguntas, es común emplear el coeficiente de Alfa de Cronbach. Este coeficiente tiene valores entre 0 y 1, donde: 0: significa confiabilidad nula y 1 representa confiabilidad total”.

Tabla N° 03
Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,784	,796	20

Fuente: Software SPSS Ver. 23.

Como criterio general, Valderrama & León (2014) sugieren las recomendaciones siguientes para evaluar los coeficientes de alfa de Cronbach:

- Coeficiente alfa $>.9$ es excelente
- Coeficiente alfa $>.8$ es bueno
- **Coeficiente alfa $>.7$ es aceptable**
- Coeficiente alfa $>.6$ es cuestionable
- Coeficiente alfa $>.5$ es pobre
- Coeficiente alfa $<.5$ es inaceptable.

Como se puede observar, los resultados del coeficiente de Alfa de Cronbach muestran un valor de 0,784 (aceptable), por lo que se considera que el instrumento evaluado fue confiable.

3.6. Plan de recolección y procesamiento de datos

3.6.1. Plan de recolección de datos

Además de las técnicas e instrumentos que se utilizaron para la recolección de la información, se aplicó el plan de recolección de datos basado en la información primaria y secundaria.

En la información primaria se utilizó la encuesta con su herramienta que es el cuestionario, el mismo que fue de eficaz uso para conocer las necesidades de los usuarios.

La información secundaria es muy importante puesto que se procedió a analizar los documentos como tesis de grado, libros, internet, los mismos que fueron de aporte necesario para fundamentar el presente proyecto de investigación.

3.6.2. Plan de procesamiento y análisis de información

En el procesamiento de datos para el análisis de los resultados del presente trabajo de investigación, se aplicó estadística descriptiva para las dimensiones, elaborándose cuadros estadísticos y gráficos sobre los resultados. Y seguidamente el análisis correlacional para la prueba de hipótesis respectiva.

De la misma manera para el análisis correlacional, se ingresaron los datos al estadígrafo SPSS 23, para relacionar las dimensiones de la variable 01 (Calidad de atención) con la variable 02 (Satisfacción del usuario). Para el análisis de las correlaciones se utilizó el coeficiente Rho de Spearman por ser no paramétrico y de escala ordinal.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

Para establecer los resultados de este importante trabajo de investigación, según los objetivos planteados, los cuales fueron determinar la relación entre la calidad de atención y la satisfacción del usuario en la SUNARP Sede Pucallpa, para ello se procedió a ejecutar la herramienta “encuesta” en una población de 750 usuarios a una muestra porcentual del 25%, es decir 190 personas, y posteriormente se realizó trabajos de gabinete que consistió en hacer cuadros, gráficos y resumen de las respuestas que dieron los encuestados.

Las preguntas realizadas a los trabajadores fueron en base a las dos variables en estudio, para lo cual se utilizaron una escala de respuesta en formato Likert, según su clasificación en el siguiente cuadro:

Tabla N° 04
Escala de calificación de la encuesta

ESCALA	DESCRIPCION
1	Siempre
2	Casi siempre
3	Algunas Veces
4	Casi nunca
5	Nunca

Fuente: Formato de escala tipo Likert.

4.1. Resultados del cuestionario aplicado a los usuarios de la SUNARP – Zona Registral N° VI – Sede Pucallpa.

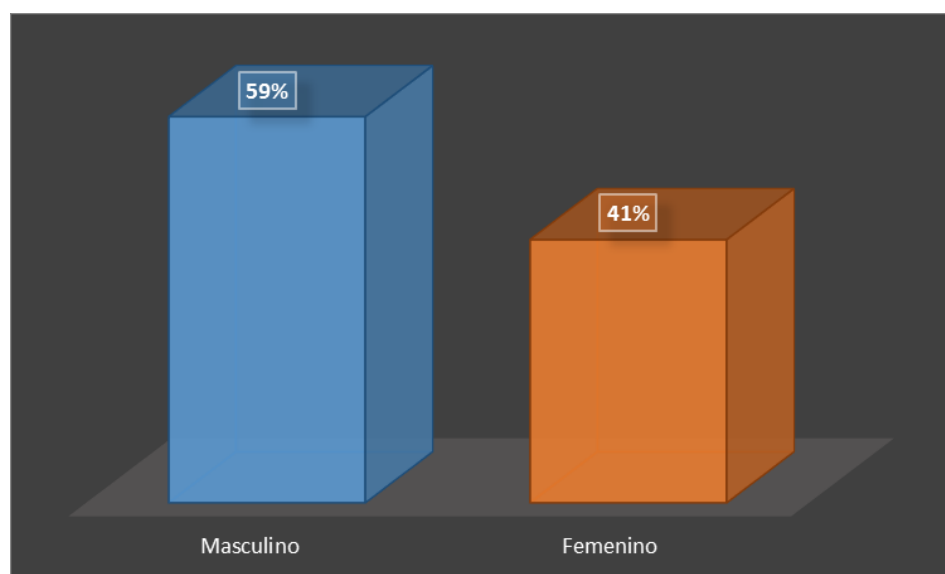
4.1.1. Datos generales

Tabla N° 05
Genero de los usuarios encuestados

N°	Genero	fi	%
1	Masculino	113	59
2	Femenino	77	41
Total		190	100

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios.

Grafico N° 02
Porcentaje de género de los usuarios encuestados



Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios.

Descripción: Como se puede observar en el Grafico N° 03, del total de los 190 usuarios encuestados que realizaron algún trámite en la SUNARP Sede Pucallpa, el 59% fueron varones y el 41% fueron mujeres.

Tabla N° 06

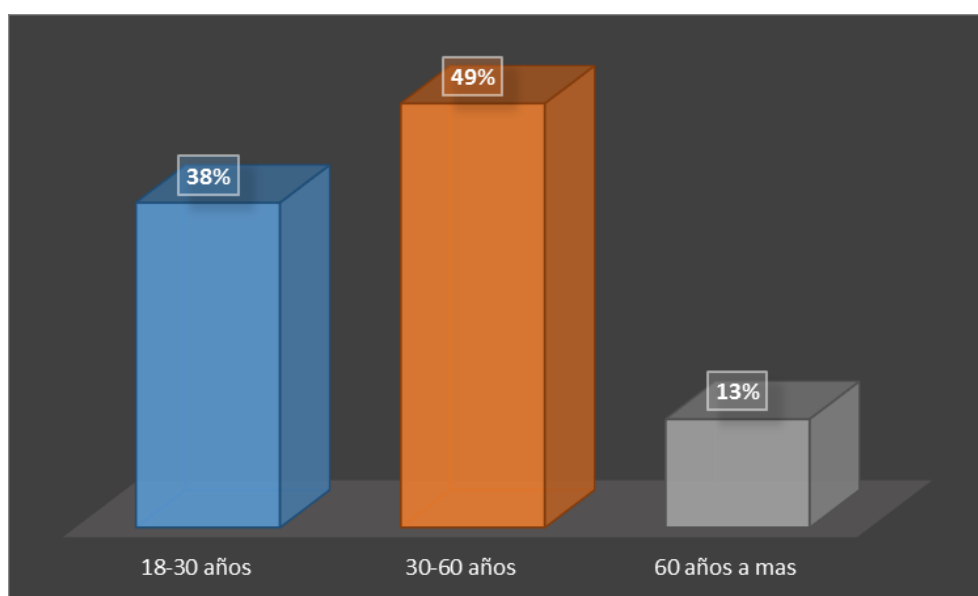
Rango de edades de los usuarios encuestados

N°	Edad	fi	%
1	18-30 años	72	38
2	30-60 años	94	49
3	60 años a mas	24	13
Total		190	100

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios.

Grafico N° 03

Porcentaje de edades de los usuarios encuestados



Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios.

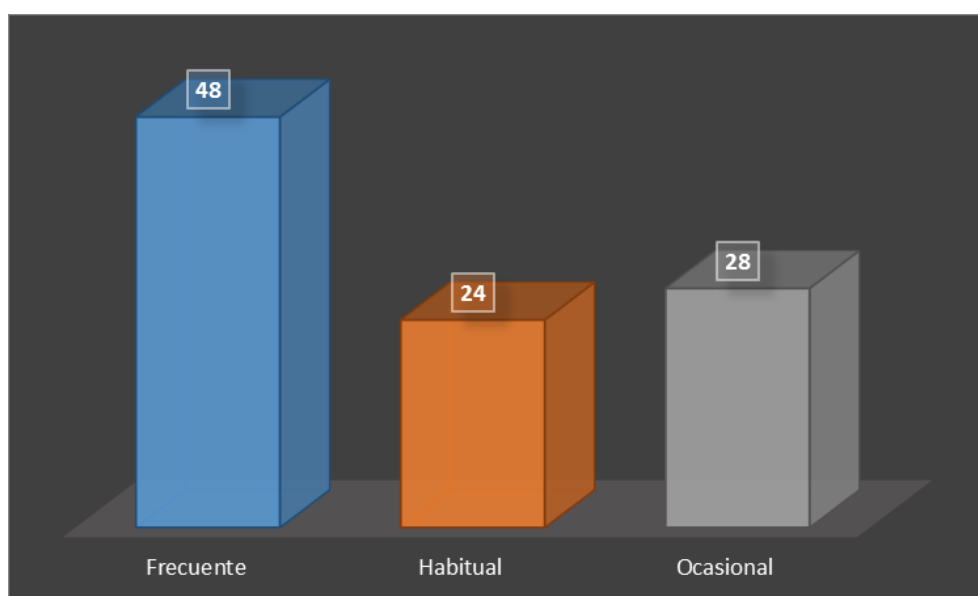
Descripción: Como se puede observar en el Grafico N° 04, del total de los 190 usuarios encuestados que realizaron algún trámite en la SUNARP Sede Pucallpa, el 38% se encuentran dentro del rango de edad de 18 a 30 años, el 49% se encuentra dentro del rango de 30 a 60 años, y solo el 13% se encuentran dentro del rango de 60 años a más.

Tabla N° 07
Tipos de usuario encuestados

N°	Usuario	fi	%
1	Frecuente	102	13
2	Habitual	46	87
3	Ocasional	42	0
Total		190	100

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios.

Grafico N° 04
Porcentaje de tipos de usuarios encuestados



Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios.

Descripción: Como se puede observar en el Grafico N° 05, del total de los 190 usuarios encuestados que realizaron algún trámite en la SUNARP Sede Pucallpa, el 48% se consideran usuarios frecuentes, el 24% se consideran usuarios habituales y el 28% se consideran usuarios ocasionales.

4.1.2. Encuesta de calidad de atención

Tabla N° 08
Resultados del cuestionario calidad de atención

N°	ÍTEMS	ESCALA DE VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
01	¿El personal realiza el servicio solicitado en un plazo adecuado?	21	48	72	33	16
02	¿El personal cuenta con los recursos materiales suficientes para llevar a cabo su trabajo?	4	18	33	56	79
03	¿El personal le informa adecuadamente de los servicios que ofrecen?	18	37	63	49	23
04	¿Considera que el personal que lo atendió le inspira confianza y muestra buena disposición para atenderlo?	13	23	36	69	49
05	¿El personal que lo atendió se expresa en un lenguaje comprensible que usted pueda entender?	4	9	37	77	63
06	¿El personal que lo atendió muestra un trato respetuoso hacia su persona?	0	3	12	82	93
07	¿El personal que le atendió se muestra dispuesto a ayudarle con la gestión que usted está realizando?	12	37	39	50	52
08	¿El personal muestra un trato cordial y amable en la atención al usuario?	1	4	31	63	91
09	¿Los trabajadores muestran que están preparados para solucionar situaciones de conflictos que puedan surgir con los usuarios?	17	37	54	49	33
10	¿El personal le da una imagen de honestidad y confianza?	0	11	32	78	69
11	¿El personal que lo atendió muestra que está suficientemente preparado para desempeñarse en el cargo que ocupa?	13	27	63	46	41
12	¿El personal que lo atendió muestra dominio en su puesto de trabajo?	10	30	71	45	34

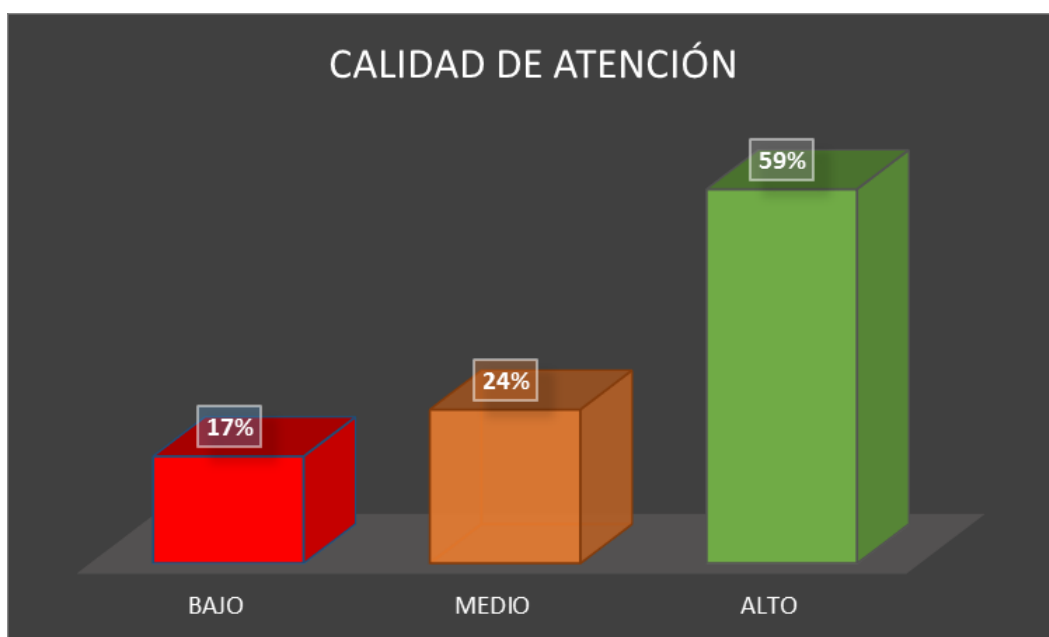
Fuente: Encuesta calidad de atención.

Tabla N° 09
Nivel de calidad de atención

	Frecuencia	Porcentaje
BAJO	32	16.8
MEDIO	46	24.2
ALTO	112	58.9
Total	190	100.0

Fuente: Encuesta calidad de atención - SPSS Ver. 23.

Grafico N° 05
Porcentaje del nivel de calidad de atención



Fuente: Encuesta calidad de atención - SPSS Ver. 23.

Descripción: Como se puede observar en el Grafico N° 05, del total de los 190 usuarios encuestados, el 17% consideran que existe un bajo nivel en la calidad de la atención en la SUNARP Sede Pucallpa, el 24% consideran que existe un nivel medio, y el porcentaje mayoritario (59%) consideran que existe un alto nivel en la calidad de la atención por parte de los trabajadores.

A continuación, graficaremos los 12 ítems del cuestionario “calidad de atención” con sus respectivas tablas de frecuencias y gráficos de cada una de las dimensiones de la variable:

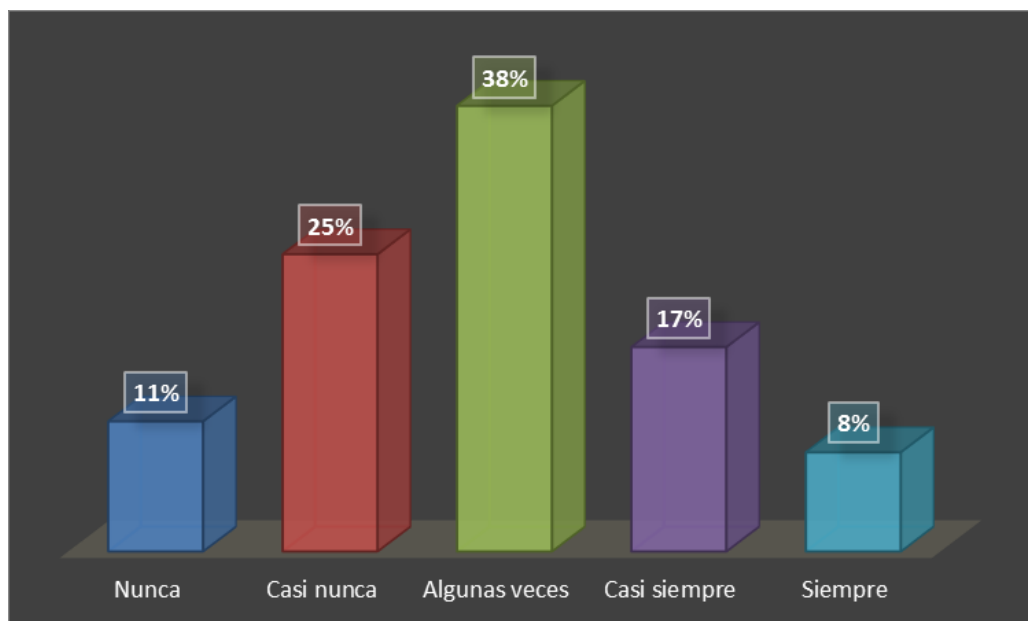
1. ¿El personal realiza el servicio solicitado en un plazo adecuado?

Tabla N° 10
Frecuencias del ITEM 1

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	21	11.1
Casi nunca	48	25.3
Algunas veces	72	37.9
Casi siempre	33	17.4
Siempre	16	8.4
Total	190	100.0

Fuente: Encuesta calidad de atención - SPSS Ver. 23.

Grafico N° 06
Gráfico de frecuencias del ITEM 1



Fuente: Encuesta calidad de atención - SPSS Ver. 23.

Descripción: Del total de los 190 usuarios encuestados, el 38% refirió que solo “algunas veces” el personal de la SUNARP Sede Pucallpa realiza el servicio solicitado en un plazo adecuado, mientras que el 25% refirió que “casi nunca”; solo un 17% refirió que “casi siempre”, y el 11% refirió que “nunca” y solo el 8% refirió que “siempre”.

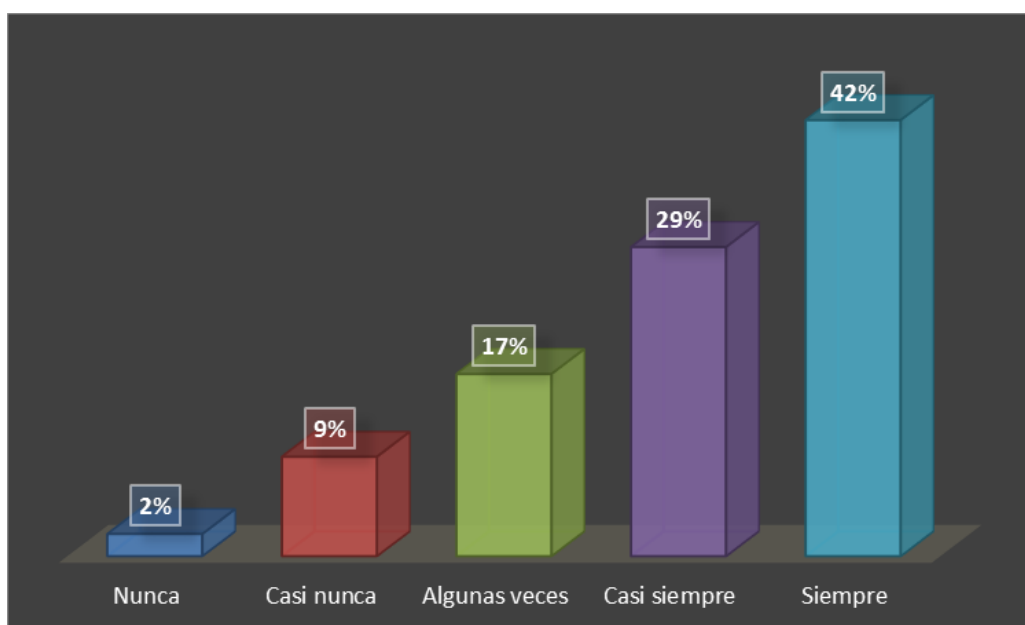
2. ¿El personal cuenta con los recursos materiales suficientes para llevar a cabo su trabajo?

Tabla N° 11
Frecuencias del ITEM 2

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	4	2.1
Casi nunca	18	9.5
Algunas veces	33	17.4
Casi siempre	56	29.5
Siempre	79	41.6
Total	190	100.0

Fuente: Encuesta calidad de atención - SPSS Ver. 23.

Gráfico N° 07
Gráfico de frecuencias del ITEM 2



Fuente: Encuesta calidad de atención - SPSS Ver. 23.

Descripción: Del total de los 190 usuarios encuestados, el 42% refirió que “siempre” el personal de la SUNARP Sede Pucallpa cuenta con los recursos materiales suficientes para llevar a cabo su trabajo, mientras que el 29% refirió que “casi siempre”, el 17% refirió que “algunas veces”, el 9% refirió que “casi nunca” y solo el 2% refirió que “nunca”.

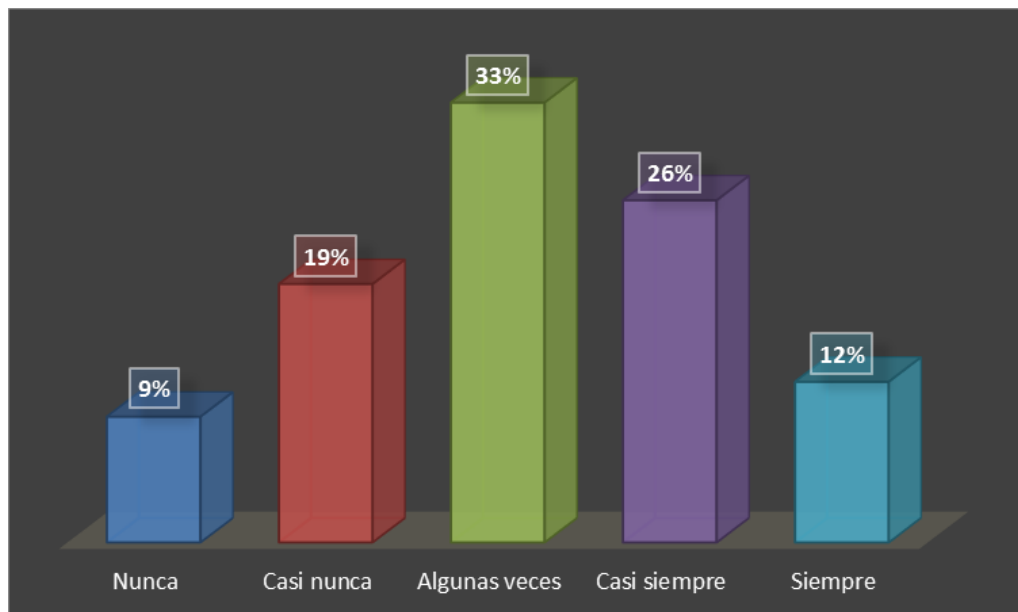
3. ¿El personal le informa adecuadamente de los servicios que ofrecen?

Tabla N° 12
Frecuencias del ITEM 3

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	18	9.5
Casi nunca	37	19.5
Algunas veces	63	33.2
Casi siempre	49	25.8
Siempre	23	12.1
Total	190	100.0

Fuente: Encuesta calidad de atención - SPSS Ver. 23.

Grafico N° 08
Gráfico de frecuencias del ITEM 3



Fuente: Encuesta calidad de atención - SPSS Ver. 23.

Descripción: Del total de los 190 usuarios encuestados, el 33% refirió que “algunas veces” el personal de la SUNARP Sede Pucallpa le informa adecuadamente de los servicios que ofrecen, mientras que el 26% refirió que “casi siempre”, el 19% refirió que “casi nunca”, el 12% refirió que “siempre” y solo el 9% refirió que “nunca”.

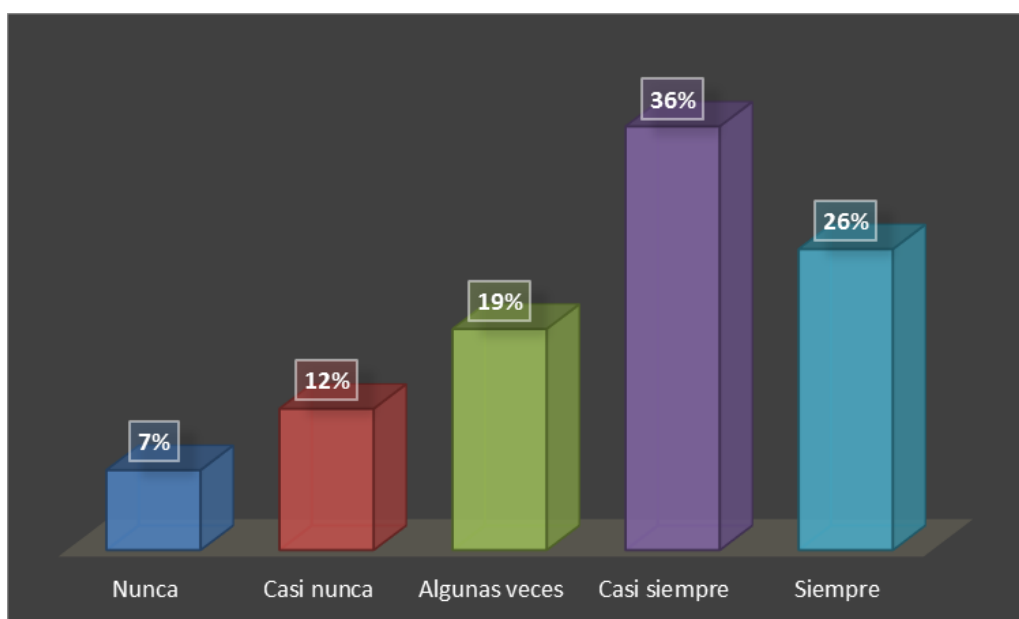
4. ¿Considera que el personal que lo atendió le inspira confianza y muestra buena disposición para atenderlo?

Tabla N° 13
Frecuencias del ITEM 4

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	13	6.8
Casi nunca	23	12.1
Algunas veces	36	18.9
Casi siempre	69	36.3
Siempre	49	25.8
Total	190	100.0

Fuente: Encuesta calidad de atención - SPSS Ver. 23.

Grafico N° 09
Gráfico de frecuencias del ITEM 4



Fuente: Encuesta calidad de atención - SPSS Ver. 23.

Descripción: Del total de los 190 usuarios encuestados, el 36% refirió que “casi siempre” el personal de la SUNARP Sede Pucallpa que lo atendió le inspira confianza y muestra buena disposición para atenderlo, mientras que el 26% refirió que “siempre”, el 19% refirió que “algunas veces”, el 12% refirió que “casi nunca” y solo el 7% refirió que “nunca”.

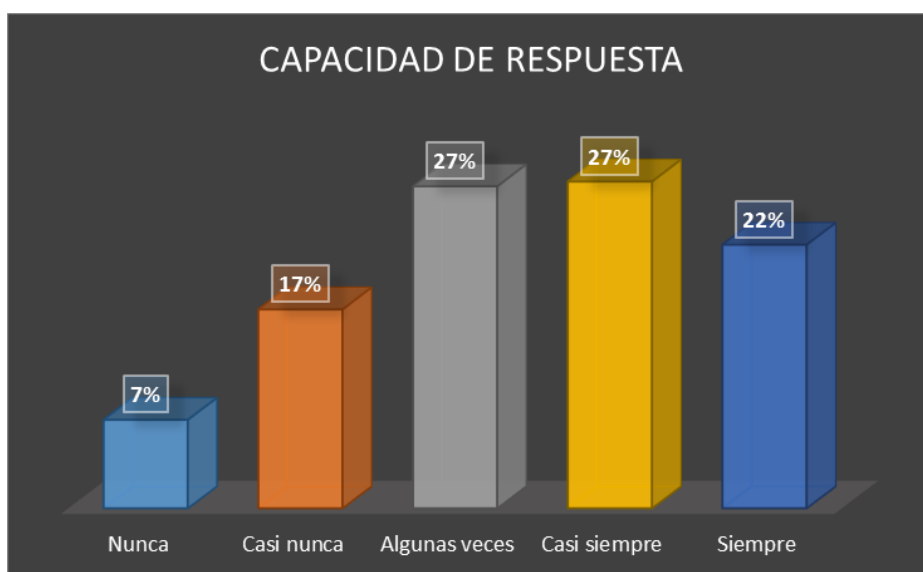
a) Dimensión: Capacidad de respuesta

Tabla N° 14
Frecuencias de la dimensión capacidad de respuesta

N°	ÍTEMS	Nunca		Casi nunca		Algunas veces		Casi siempre		Siempre	
		fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
01	¿El personal realiza el servicio solicitado en un plazo adecuado?	21	11.1	48	25.3	72	37.9	33	17.4	16	8.4
02	¿El personal cuenta con los recursos materiales suficientes para llevar a cabo su trabajo?	4	2.1	18	9.5	33	17.4	56	29.5	79	41.6
03	¿El personal le informa adecuadamente de los servicios que ofrecen?	18	9.5	37	19.5	63	33.2	49	25.8	23	12.1
04	¿Considera que el personal que lo atendió le inspira confianza y muestra buena disposición para atenderlo?	13	6.8	23	12.1	36	18.9	69	36.3	49	25.8
Promedio Porcentual		7.4		16.6		26.8		27.2		22.0	

Fuente: Encuesta procesada en SPSS Ver. 23 – Calidad de atención.

Grafico N° 10
Promedio porcentual de la dimensión capacidad de respuesta



Fuente: Frecuencias de la dimensión capacidad de respuesta.

Descripción: Respecto a la dimensión capacidad de respuesta, se observa que del 100% de usuarios encuestados, el 27% percibe que casi siempre y algunas veces los trabajadores de la SUNARP cuentan con una buena capacidad al brindar los servicios, mientras que existe un 17% y 7% que perciben que no tienen una buena capacidad de respuesta al atenderlos.

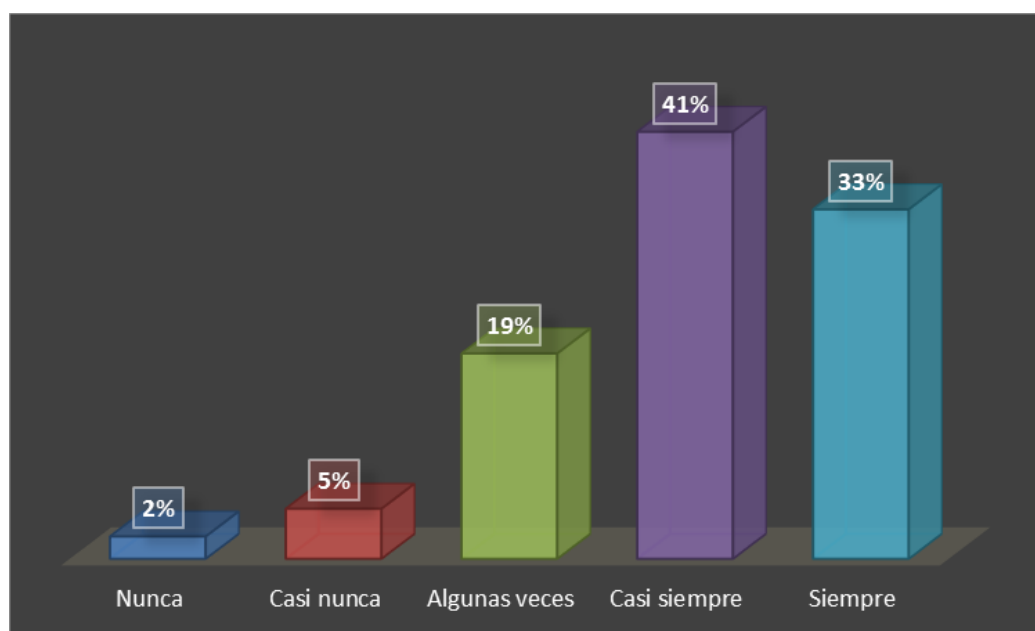
5. ¿El personal que lo atendió se expresa en un lenguaje comprensible que usted pueda entender?

Tabla N° 15
Frecuencias del ITEM 5

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	4	2.1
Casi nunca	9	4.7
Algunas veces	37	19.5
Casi siempre	77	40.5
Siempre	63	33.2
Total	190	100.0

Fuente: Encuesta calidad de atención - SPSS Ver. 23.

Grafico N° 11
Gráfico de frecuencias del ITEM 5



Fuente: Encuesta calidad de atención - SPSS Ver. 23.

Descripción: Del total de los 190 usuarios encuestados, el 41% refirió que “casi siempre” el personal de la SUNARP Sede Pucallpa que lo atendió se expresa en un lenguaje comprensible que puedan entender, mientras que el 33% refirió que “siempre”, el 19% refirió que “algunas veces”, el 5% refirió que “casi nunca” y solo el 2% refirió que “nunca”.

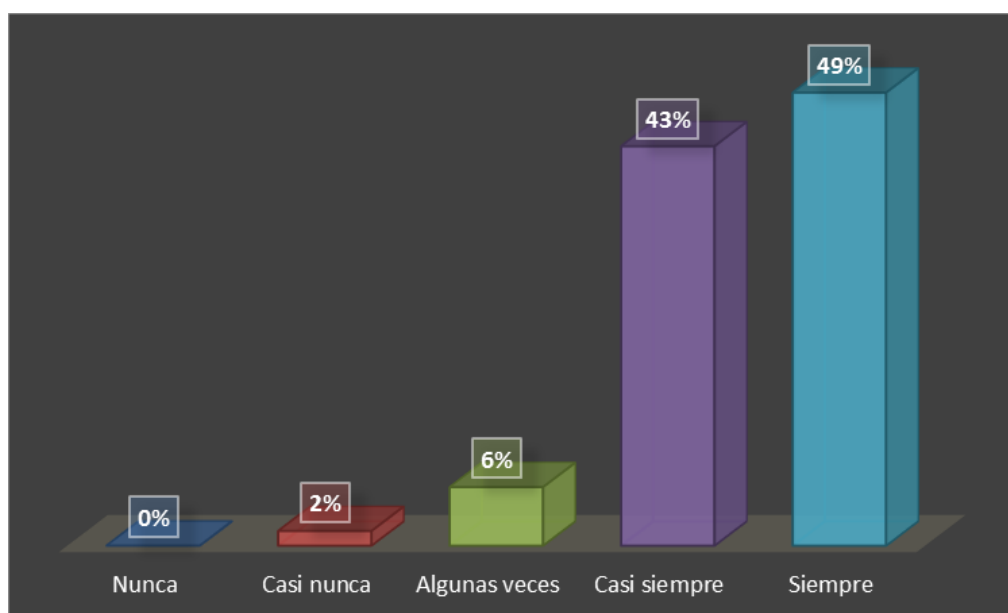
6. ¿El personal que lo atendió muestra un trato respetuoso hacia su persona?

Tabla N° 16
Frecuencias del ITEM 6

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0.0
Casi nunca	3	1.6
Algunas veces	12	6.3
Casi siempre	82	43.2
Siempre	93	48.9
Total	190	100.0

Fuente: Encuesta calidad de atención - SPSS Ver. 23.

Grafico N° 12
Gráfico de frecuencias del ITEM 6



Fuente: Encuesta calidad de atención - SPSS Ver. 23.

Descripción: Del total de los 190 usuarios encuestados, el 49% refirió que “siempre” el personal de la SUNARP Sede Pucallpa que lo atendió muestra un trato respetuoso hacia su persona, mientras que el 43% refirió que “casi siempre”, el 6% refirió que “algunas veces”, y el 2% refirió que “casi nunca”.

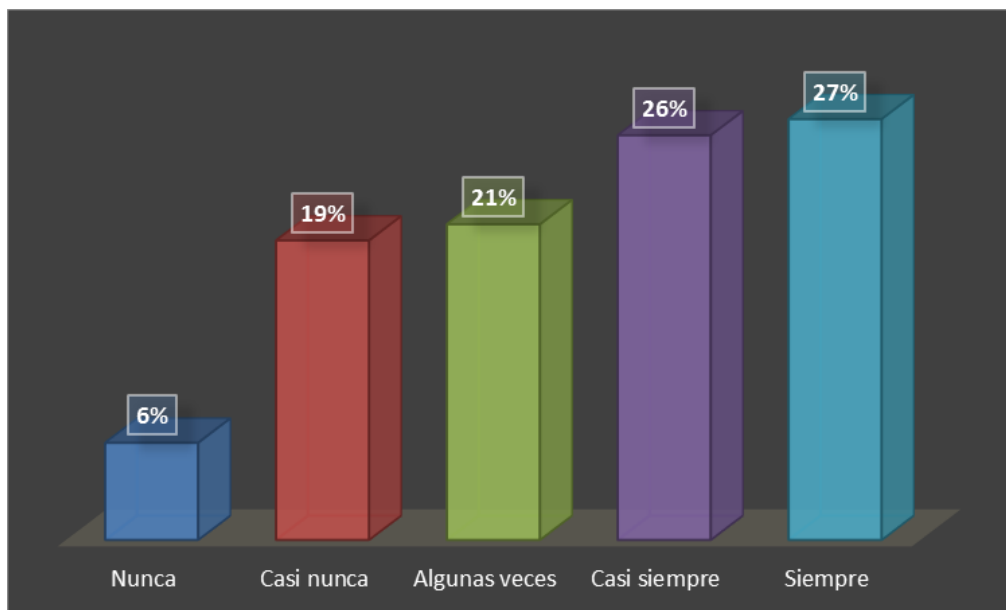
7. ¿El personal que le atendió se muestra dispuesto a ayudarle con la gestión que usted está realizando?

Tabla N° 17
Frecuencias del ITEM 7

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	12	6.3
Casi nunca	37	19.5
Algunas veces	39	20.5
Casi siempre	50	26.3
Siempre	52	27.4
Total	190	100.0

Fuente: Encuesta calidad de atención - SPSS Ver. 23.

Gráfico N° 13
Gráfico de frecuencias del ITEM 7



Fuente: Encuesta calidad de atención - SPSS Ver. 23.

Descripción: Del total de los 190 usuarios encuestados, el 27% refirió que “siempre” el personal de la SUNARP Sede Pucallpa que lo atendió que le atendió se muestra dispuesto a ayudarle con la gestión que usted está realizando, mientras que el 26% refirió que “casi siempre”, el 21% refirió que “algunas veces”, el 19% refirió que “casi nunca” y solo el 6% refirió que “nunca”.

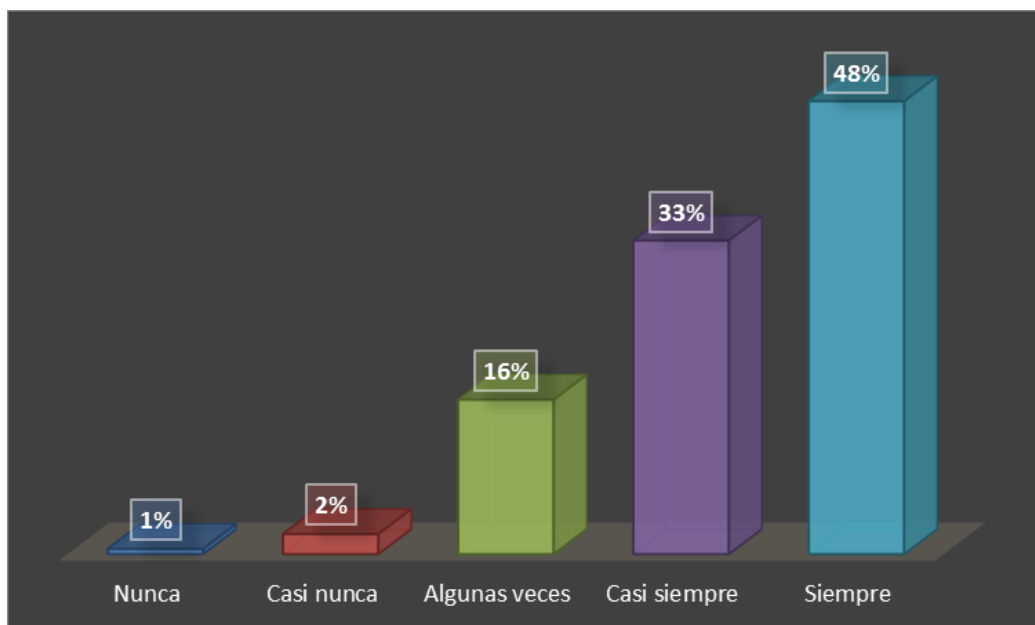
8. ¿El personal muestra un trato cordial y amable en la atención al usuario?

Tabla N° 18
Frecuencias del ITEM 8

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	1	0.5
Casi nunca	4	2.1
Algunas veces	31	16.3
Casi siempre	63	33.2
Siempre	91	47.9
Total	190	100.0

Fuente: Encuesta calidad de atención - SPSS Ver. 23.

Grafico N° 14
Gráfico de frecuencias del ITEM 8



Fuente: Encuesta calidad de atención - SPSS Ver. 23.

Descripción: Del total de los 190 usuarios encuestados, el 48% refirió que “siempre” el personal de la SUNARP Sede Pucallpa muestra un trato cordial y amable en la atención al usuario, mientras que el 33% refirió que “casi siempre”, el 16% refirió que “algunas veces”, el 2% refirió que “casi nunca” y solo el 1% refirió que “nunca”.

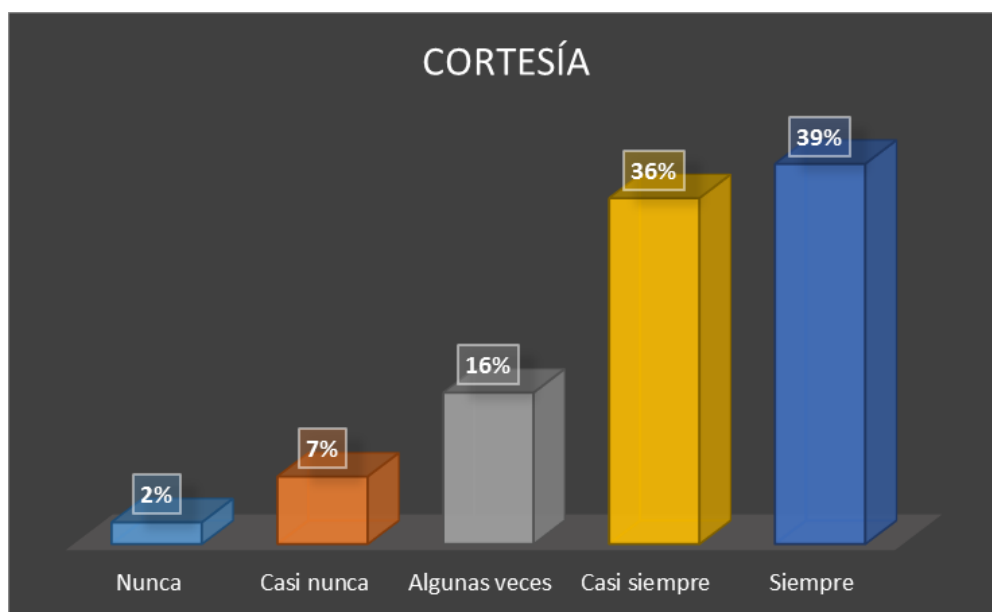
b) Dimensión: Cortesía

Tabla N° 19
Frecuencias de la dimensión cortesía

N°	ÍTEMS	Nunca		Casi nunca		Algunas veces		Casi siempre		Siempre	
		fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
05	¿El personal que lo atendió se expresa en un lenguaje comprensible que usted pueda entender?	4	2.1	9	4.7	37	19.5	77	40.5	63	33.2
06	¿El personal que lo atendió muestra un trato respetuoso hacia su persona?	0	0.0	3	1.6	12	6.3	82	43.2	93	48.9
07	¿El personal que le atendió se muestra dispuesto a ayudarle con la gestión que usted está realizando?	12	6.3	37	19.5	39	20.5	50	26.3	52	27.4
08	¿El personal muestra un trato cordial y amable en la atención al usuario?	1	0.5	4	2.1	31	16.3	63	33.2	91	47.9
Promedio Porcentual		2.2		7.0		15.7		35.8		39.3	

Fuente: Encuesta procesada en SPSS Ver. 23 – Calidad de atención.

Grafico N° 15
Promedio porcentual de la dimensión cortesía



Fuente: Frecuencias de la dimensión cortesía.

Descripción: Respecto a la dimensión cortesía, se observa que del 100% de usuarios encuestados, la mayoría (75%) perciben que los trabajadores de la SUNARP muestran cortesía al brindarle los servicios, mientras que existe solo una minoría (9) % que perciben que no muestran cortesía al atenderlos.

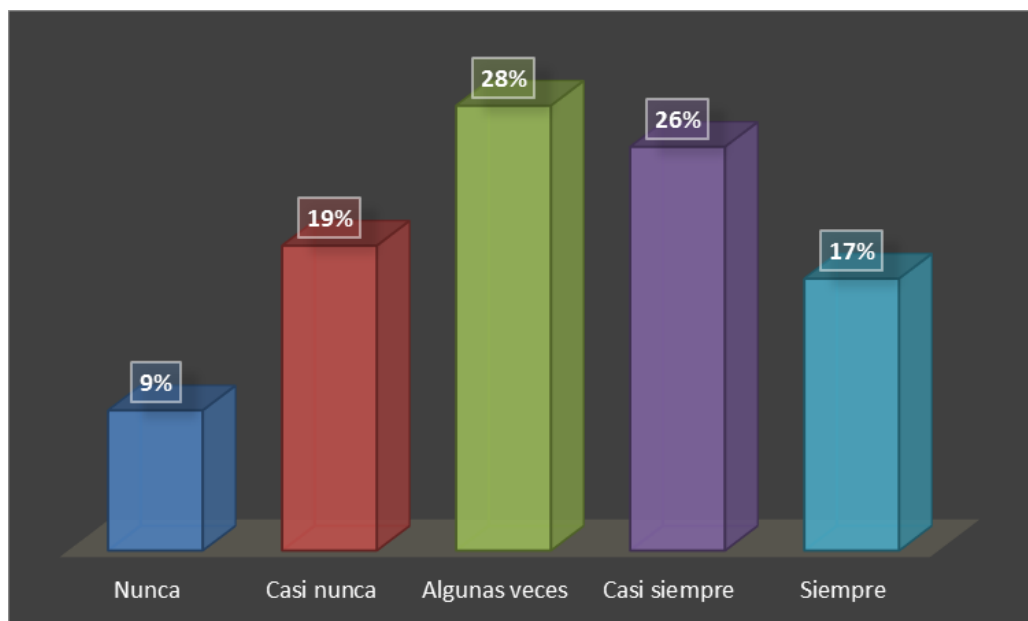
9. ¿Los trabajadores muestran que están preparados para solucionar situaciones de conflictos que puedan surgir con los usuarios?

Tabla N° 20
Frecuencias del ITEM 9

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	17	8.9
Casi nunca	37	19.5
Algunas veces	54	28.4
Casi siempre	49	25.8
Siempre	33	17.4
Total	190	100.0

Fuente: Encuesta calidad de atención - SPSS Ver. 23.

Grafico N° 16
Gráfico de frecuencias del ITEM 9



Fuente: Encuesta calidad de atención - SPSS Ver. 23.

Descripción: Del total de los 190 usuarios encuestados, el 28% refirió que “algunas veces” los trabajadores de la SUNARP Sede Pucallpa muestran que están preparados para solucionar situaciones de conflictos que puedan surgir con los usuarios, mientras que el 26% refirió que “casi siempre”, el 19% refirió que “casi nunca”, el 17% refirió que “siempre” y solo el 9% refirió que “nunca”.

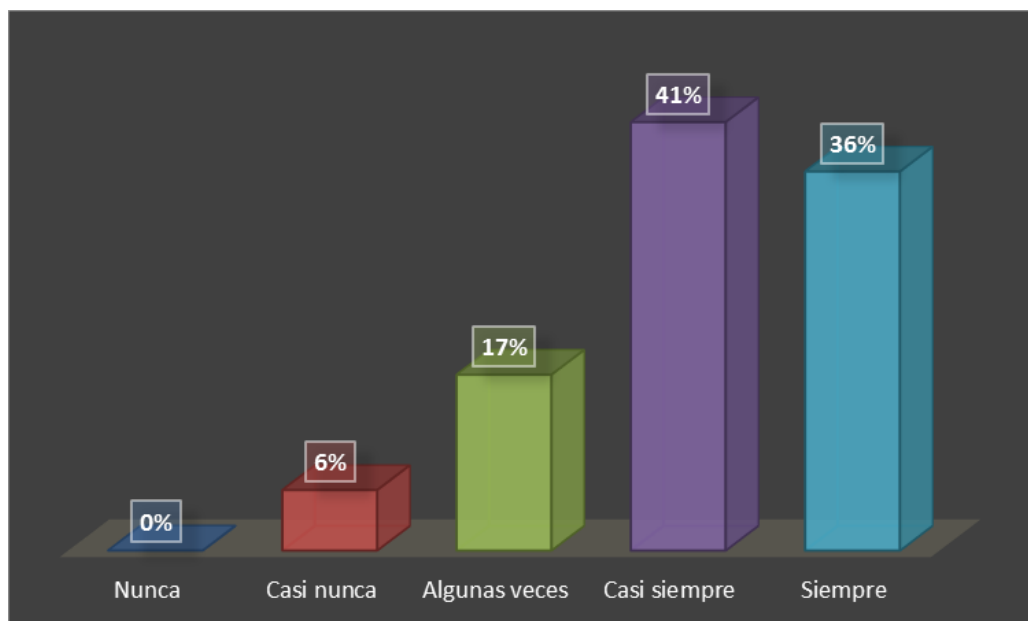
10. ¿El personal le da una imagen de honestidad y confianza?

Tabla N° 21
Frecuencias del ITEM 10

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0.0
Casi nunca	11	5.8
Algunas veces	32	16.8
Casi siempre	78	41.1
Siempre	69	36.3
Total	190	100.0

Fuente: Encuesta calidad de atención - SPSS Ver. 23.

Grafico N° 17
Gráfico de frecuencias del ITEM 10



Fuente: Encuesta calidad de atención - SPSS Ver. 23.

Descripción: Del total de los 190 usuarios encuestados, el 41% refirió que “casi siempre” el personal de la SUNARP Sede Pucallpa le da una imagen de honestidad y confianza, mientras que el 36% refirió que “siempre”, el 17% refirió que “algunas veces”, y solo el 6% refirió que “casi nunca”.

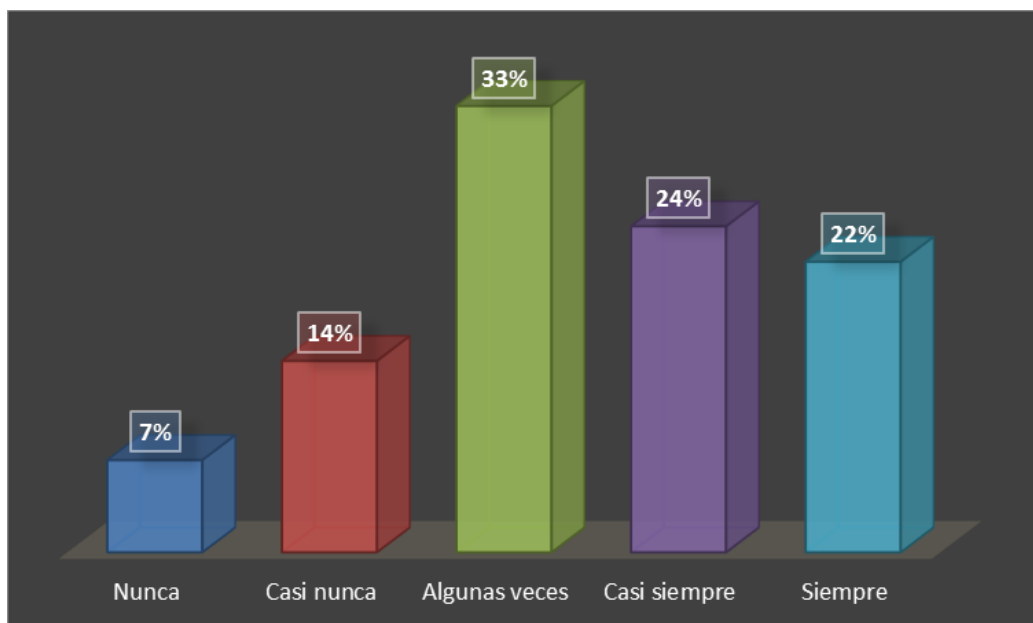
11. ¿El personal que lo atendió muestra que está suficientemente preparado para desempeñarse en el cargo que ocupa?

Tabla N° 22
Frecuencias del ITEM 11

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	13	6.8
Casi nunca	27	14.2
Algunas veces	63	33.2
Casi siempre	46	24.2
Siempre	41	21.6
Total	190	100.0

Fuente: Encuesta calidad de atención - SPSS Ver. 23.

Grafico N° 18
Gráfico de frecuencias del ITEM 11



Fuente: Encuesta calidad de atención - SPSS Ver. 23.

Descripción: Del total de los 190 usuarios encuestados, el 33% refirió que “algunas veces” el personal de la SUNARP Sede Pucallpa que lo atendió muestra que está suficientemente preparado para desempeñarse en el cargo que ocupa, mientras que el 24% refirió que “casi siempre”, el 22% refirió que “siempre”, el 14% refirió que “casi nunca” y solo el 7% refirió que “nunca”.

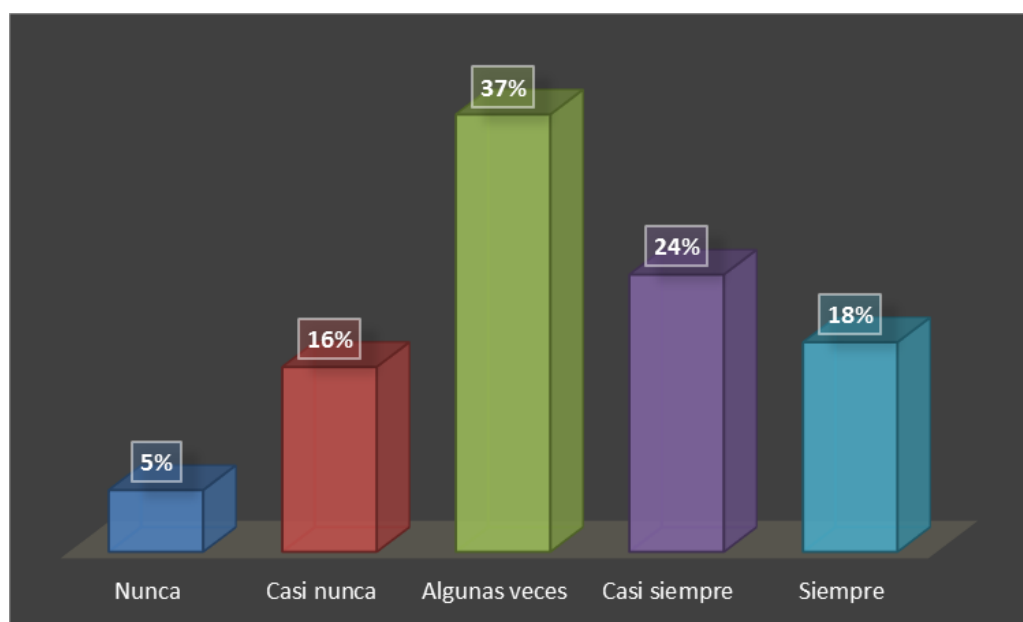
12. ¿El personal que lo atendió muestra dominio en su puesto de trabajo?

Tabla N° 23
Frecuencias del ITEM 12

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	10	5.3
Casi nunca	30	15.8
Algunas veces	71	37.4
Casi siempre	45	23.7
Siempre	34	17.9
Total	190	100.0

Fuente: Encuesta calidad de atención - SPSS Ver. 23.

Grafico N° 19
Gráfico de frecuencias del ITEM 12



Fuente: Encuesta calidad de atención - SPSS Ver. 23.

Descripción: Del total de los 190 usuarios encuestados, el 37% refirió que “algunas veces” el personal de la SUNARP Sede Pucallpa que lo atendió muestra dominio en su puesto de trabajo, mientras que el 24% refirió que “casi siempre”, el 18% refirió que “siempre”, el 16% refirió que “casi nunca” y solo el 5% refirió que “nunca”.

c) Dimensión: Competencias personales

Tabla N° 24

Frecuencias de la dimensión competencias personales

N°	ÍTEMS	Nunca		Casi nunca		Algunas veces		Casi siempre		Siempre	
		fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
09	¿Los trabajadores muestran que están preparados para solucionar situaciones de conflictos que puedan surgir con los usuarios?	17	8.9	37	19.5	54	28.4	49	25.8	33	17.4
10	¿El personal le da una imagen de honestidad y confianza?	0	0.0	11	5.8	32	16.8	78	41.1	69	36.3
11	¿El personal que lo atendió muestra que está suficientemente preparado para desempeñarse en el cargo que ocupa?	13	6.8	27	14.2	63	33.2	46	24.2	41	21.6
12	¿El personal que lo atendió muestra dominio en su puesto de trabajo?	10	5.3	30	15.8	71	37.4	45	23.7	34	17.9
Promedio Porcentual		5.3		13.8		28.9		28.7		23.3	

Fuente: Encuesta procesada en SPSS Ver. 23 – Calidad de atención.

Grafico N° 20

Promedio porcentual de la dimensión competencias personales



Fuente: Frecuencias de la dimensión competencias personales.

Descripción: Respecto a la dimensión cortesía, se observa que del 100% de usuarios encuestados, la mayoría (75%) perciben que los trabajadores de la SUNARP muestran cortesía al brindarle los servicios, mientras que existe solo una minoría (9) % que perciben que no muestran cortesía al atenderlos.

4.1.1. Encuesta de satisfacción del usuario

Tabla N° 25
Resultados del cuestionario satisfacción del usuario

Nº	ÍTEMS	ESCALA DE VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
13	¿Se resuelve o se prioriza la necesidad solicitada por usted?	16	49	51	42	32
14	¿Se han solucionado satisfactoriamente tus demandas en ocasiones pasadas?	17	27	54	49	43
15	¿La prestación del servicio en la SUNARP sede Pucallpa es muy burocrática? (hay mucha demora)	3	9	27	72	79
16	¿El servicio que recibe le parece el adecuado por parte de los trabajadores de la SUNARP sede Pucallpa?	18	26	53	48	45
17	¿Considera que su solicitud ha sido atendida en todas las oportunidades?	21	45	64	32	28
18	¿El servicio otorgado cumplió con las necesidades y expectativas esperadas por usted?	12	37	59	43	39
19	¿El personal que labora en la SUNARP muestra que conoce las necesidades prioritarias que aquejan a los usuarios de la SUNARP sede Pucallpa?	11	25	66	42	46
20	¿Encuentras mejores soluciones a tus necesidades?	17	28	48	54	43

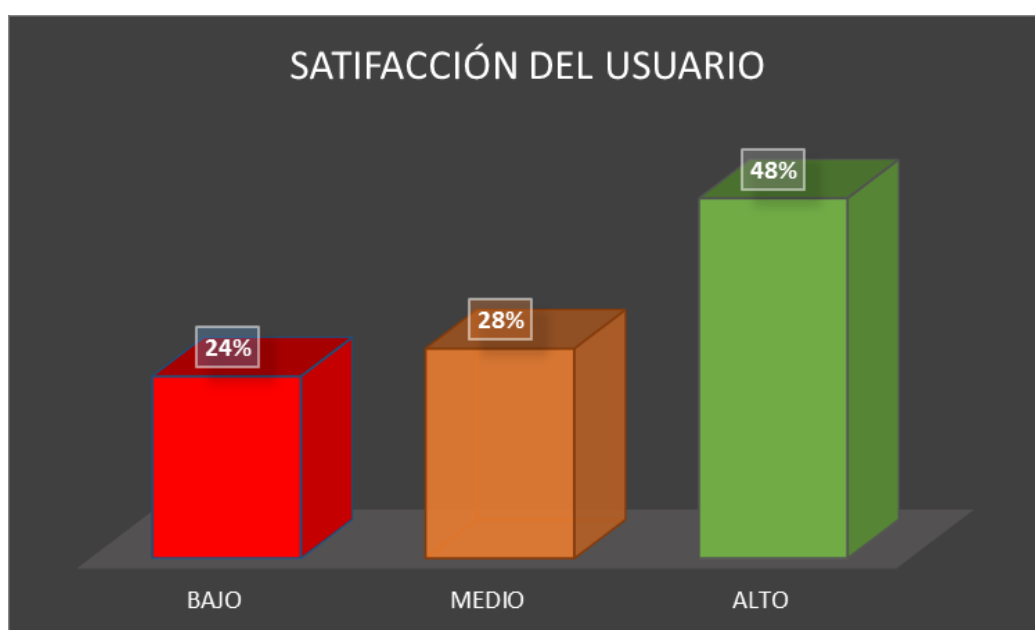
Fuente: Encuesta satisfacción del usuario.

Tabla N° 26
Nivel de satisfacción del usuario

	Frecuencia	Porcentaje
BAJO	46	24.2
MEDIO	53	27.9
ALTO	91	47.9
Total	190	100.0

Fuente: Encuesta satisfacción del usuario - SPSS Ver. 23.

Grafico N° 21
Porcentaje del nivel de satisfacción del usuario



Fuente: Encuesta calidad de atención - SPSS Ver. 23.

Descripción: Como se puede observar en el Grafico N° 21, del total de los 190 usuarios encuestados, el 24% experimentaron un nivel bajo de satisfacción en la SUNARP Sede Pucallpa, el 28% experimentaron un nivel medio, y el porcentaje mayoritario (48%) experimentaron un nivel alto de satisfacción al ser atendidos por los trabajadores.

A continuación, graficaremos los 8 ítems del cuestionario "satisfacción del usuario" con sus respectivas tablas de frecuencias y gráficos de cada una de las dimensiones de la variable:

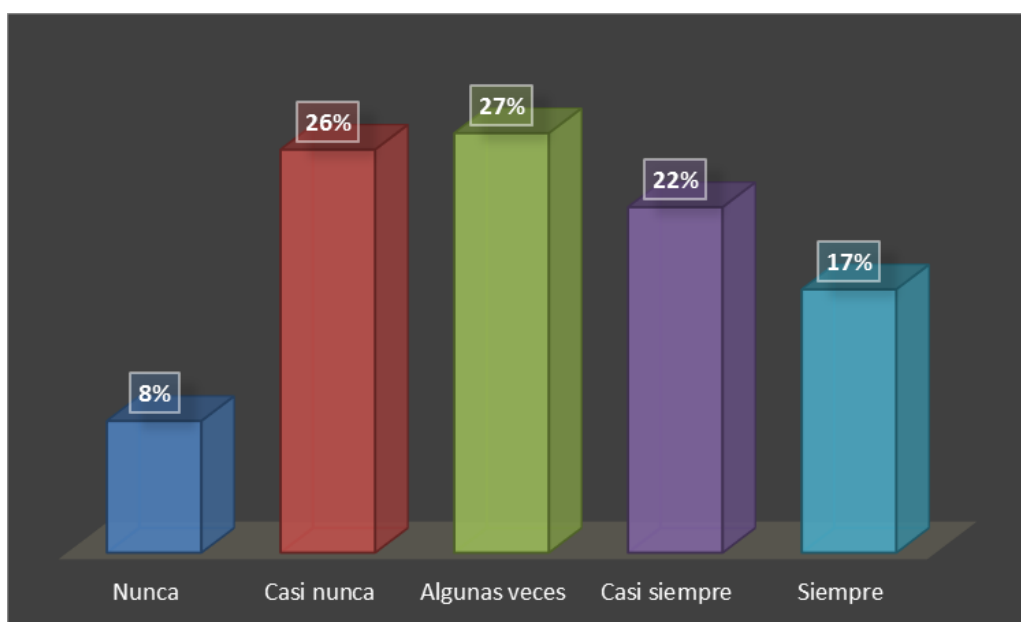
13. ¿Se resuelve o se prioriza la necesidad solicitada por usted?

Tabla N° 27
Frecuencias del ITEM 13

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	16	8.4
Casi nunca	49	25.8
Algunas veces	51	26.8
Casi siempre	42	22.1
Siempre	32	16.8
Total	190	100.0

Fuente: Cuestionario satisfacción del usuario - SPSS Ver. 23.

Grafico N° 22
Gráfico de frecuencias del ITEM 13



Fuente: Cuestionario satisfacción del usuario - SPSS Ver. 23

Descripción: Del total de los 190 usuarios encuestados, el 27% refirió que “algunas veces” el personal de la SUNARP Sede Pucallpa resuelve o prioriza la necesidad solicitada por usted, mientras que el 26% refirió que “casi nunca”, el 22% refirió que “casi siempre”, el 17% refirió que “siempre” y solo el 8% refirió que “nunca”.

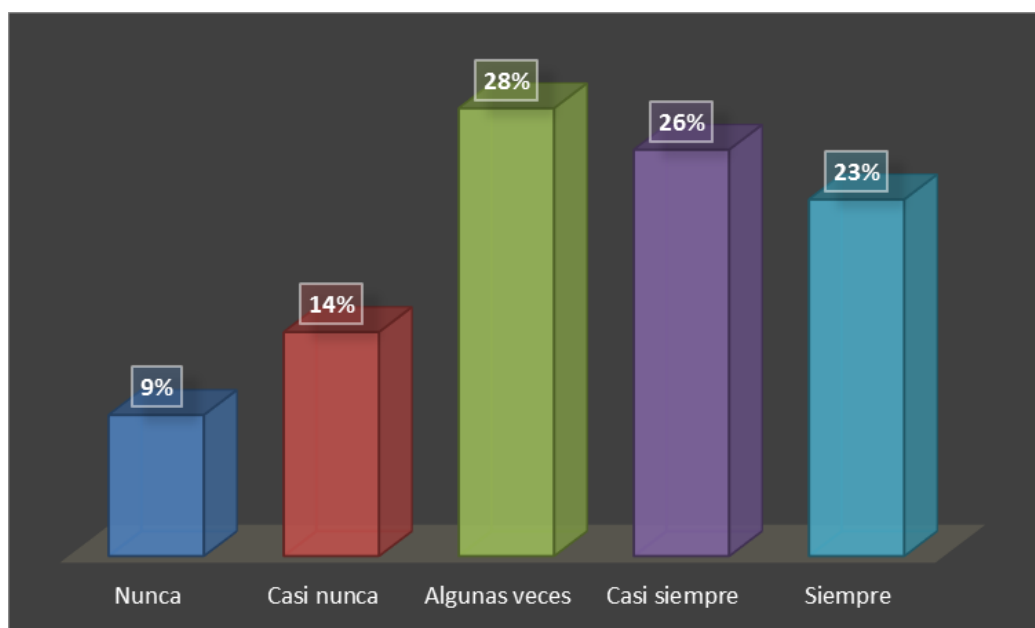
14. ¿Se han solucionado satisfactoriamente tus demandas en ocasiones pasadas?

Tabla N° 28
Frecuencias del ITEM 14

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	17	8.9
Casi nunca	27	14.2
Algunas veces	54	28.4
Casi siempre	49	25.8
Siempre	43	22.6
Total	190	100.0

Fuente: Cuestionario satisfacción del usuario - SPSS Ver. 23

Grafico N° 23
Gráfico de frecuencias del ITEM 14



Fuente: Cuestionario satisfacción del usuario - SPSS Ver. 23

Descripción: Del total de los 190 usuarios encuestados, el 28% refirió que “algunas veces” el personal de la SUNARP Sede Pucallpa han solucionado satisfactoriamente tus demandas en ocasiones pasadas, mientras que el 26% refirió que “casi siempre”, el 23% refirió que “siempre”, el 14% refirió que “casi nunca” y solo el 9% refirió que “nunca”.

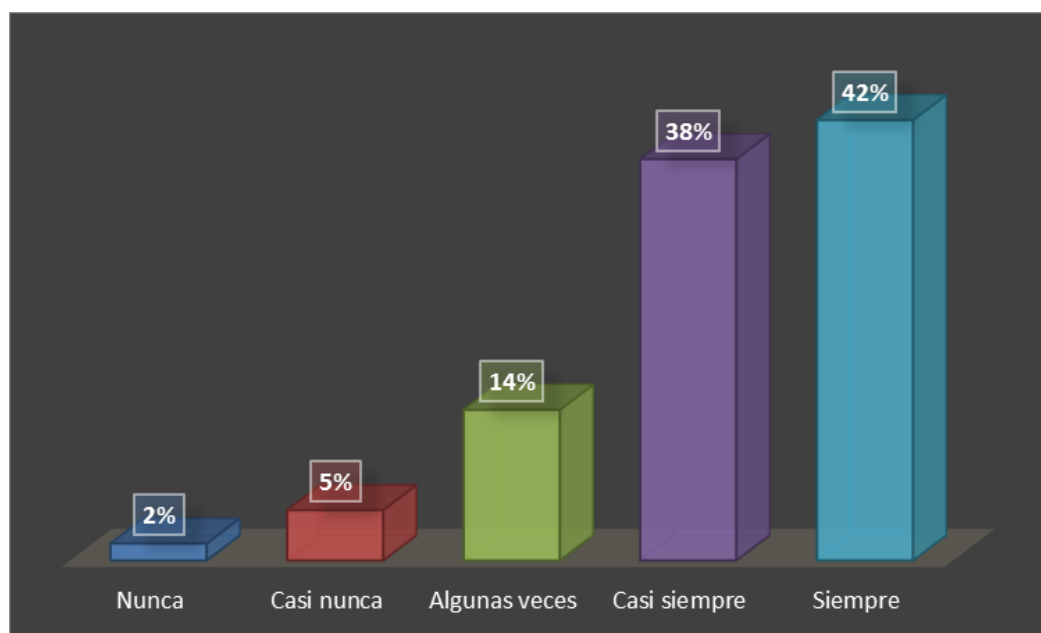
15. ¿La prestación del servicio en la SUNARP sede Pucallpa es muy burocrática? (hay mucha demora)

Tabla N° 29
Frecuencias del ITEM 15

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	3	1.6
Casi nunca	9	4.7
Algunas veces	27	14.2
Casi siempre	72	37.9
Siempre	79	41.6
Total	190	100.0

Fuente: Cuestionario satisfacción del usuario - SPSS Ver. 23

Grafico N° 24
Gráfico de frecuencias del ITEM 15



Fuente: Cuestionario satisfacción del usuario - SPSS Ver. 23

Descripción: Del total de los 190 usuarios encuestados, el 42% refirió que “siempre” la prestación del servicio en la SUNARP sede Pucallpa es muy burocrática, mientras que el 38% refirió que “casi siempre”, el 14% refirió que “siempre”, el 5% refirió que “casi nunca” y solo el 2% refirió que “nunca”.

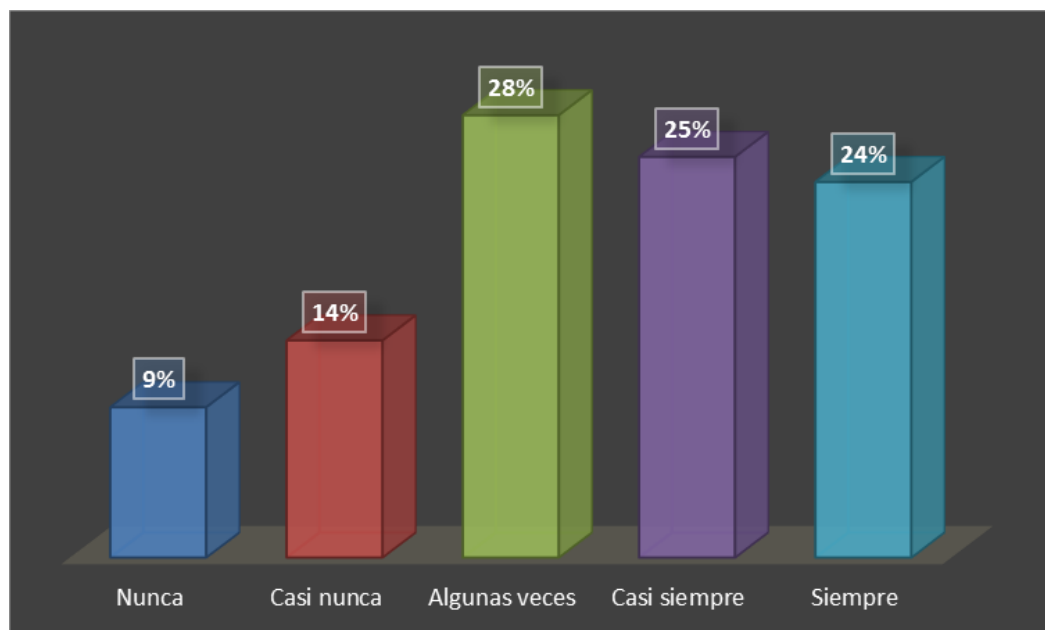
16. ¿El servicio que recibe le parece el adecuado por parte de los trabajadores de la SUNARP sede Pucallpa?

Tabla N° 30
Frecuencias del ITEM 16

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	18	9.5
Casi nunca	26	13.7
Algunas veces	53	27.9
Casi siempre	48	25.3
Siempre	45	23.7
Total	190	100.0

Fuente: Cuestionario satisfacción del usuario - SPSS Ver. 23

Grafico N° 25
Gráfico de frecuencias del ITEM 16



Fuente: Cuestionario satisfacción del usuario - SPSS Ver. 23

Descripción: Del total de los 190 usuarios encuestados, el 28% refirió que “algunas veces” el servicio que recibe le parece el adecuado por parte de los trabajadores de la SUNARP sede Pucallpa, mientras que el 25% refirió que “casi siempre”, el 24% refirió que “siempre”, el 14% refirió que “casi nunca” y solo el 9% refirió que “nunca”.

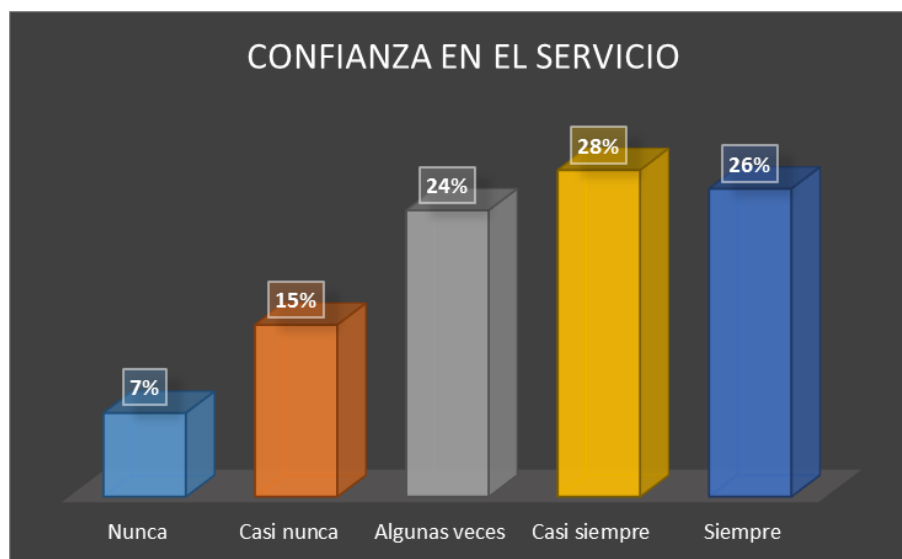
a) Dimensión: Confianza en el servicio

Tabla N° 31
Frecuencias de la dimensión confianza en el servicio

N°	ÍTEMES	Nunca		Casi nunca		Algunas veces		Casi siempre		Siempre	
		fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
13	¿Se resuelve o se prioriza la necesidad solicitada por usted?	16	8.4	49	25.8	51	26.8	42	22.1	32	16.8
14	¿Se han solucionado satisfactoriamente tus demandas en ocasiones pasadas?	17	8.9	27	14.2	54	28.4	49	25.8	43	22.6
15	¿La prestación del servicio en la SUNARP sede Pucallpa es muy burocrática? (hay mucha demora)	3	1.6	9	4.7	27	14.2	72	37.9	79	41.6
16	¿El servicio que recibe le parece el adecuado por parte de los trabajadores de la SUNARP sede Pucallpa?	18	9.5	26	13.7	53	27.9	48	25.3	45	23.7
Promedio Porcentual		7.1		14.6		24.3		27.8		26.2	

Fuente: Encuesta procesada en SPSS Ver. 23 – Satisfacción del usuario.

Grafico N° 26
Promedio porcentual de la dimensión confianza en el servicio



Fuente: Frecuencias de la dimensión confianza en el servicio.

Descripción: Respecto a la dimensión cortesía, se observa que del 100% de usuarios encuestados, la mayoría (45%) perciben confianza en el servicio que brindan los trabajadores de la SUNARP Sede Pucallpa, mientras que el 24% perciben que solo algunas veces, y un 22% perciben no perciben confianza en el servicio que les ofrecen.

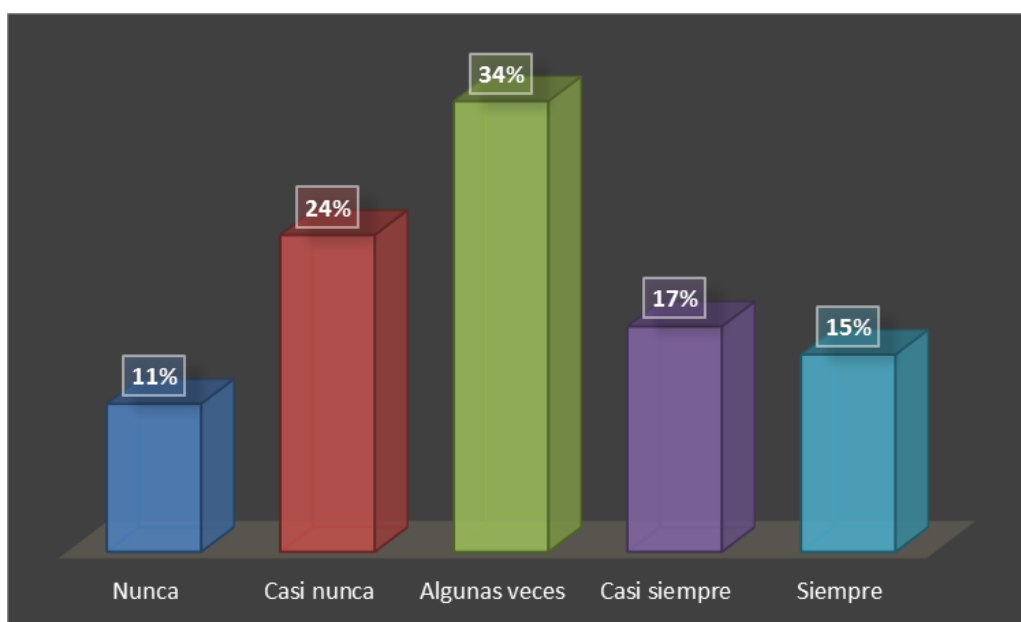
17. ¿Considera que su solicitud ha sido atendida en todas las oportunidades?

Tabla N° 32
Frecuencias del ITEM 17

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	21	11.1
Casi nunca	45	23.7
Algunas veces	64	33.7
Casi siempre	32	16.8
Siempre	28	14.7
Total	190	100.0

Fuente: Cuestionario satisfacción del usuario - SPSS Ver. 23

Grafico N° 27
Gráfico de frecuencias del ITEM 17



Fuente: Cuestionario satisfacción del usuario - SPSS Ver. 23

Descripción: Del total de los 190 usuarios encuestados, el 34% refirió que “algunas veces” su solicitud ha sido atendida en todas las oportunidades en la SUNARP sede Pucallpa, mientras que el 24% refirió que “casi nunca”, el 17% refirió que “casi siempre”, el 15% refirió que “siempre” y solo el 11% refirió que “nunca”.

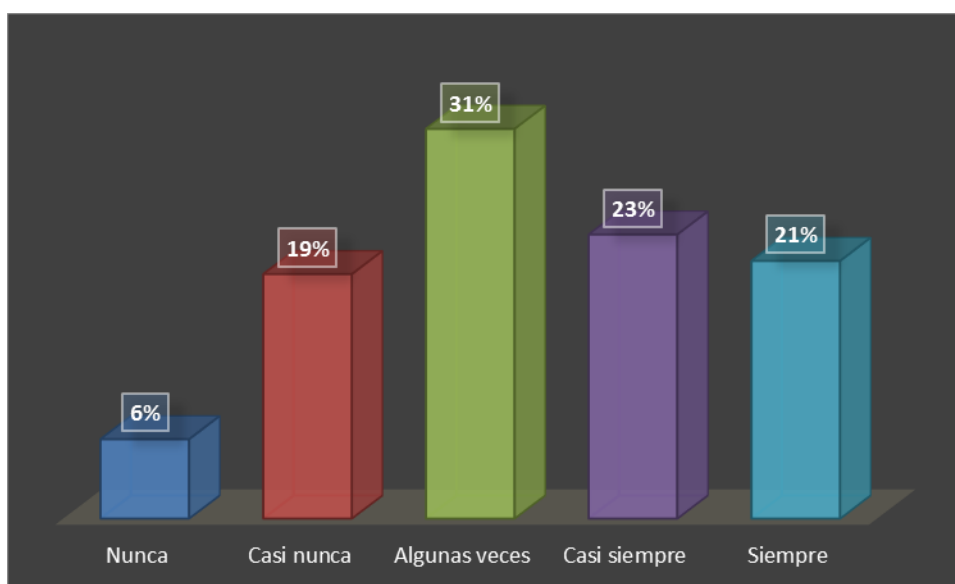
18. ¿El servicio otorgado cumplió con las necesidades y expectativas esperadas por usted?

Tabla N° 33
Frecuencias del ITEM 18

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	12	6.3
Casi nunca	37	19.5
Algunas veces	59	31.1
Casi siempre	43	22.6
Siempre	39	20.5
Total	190	100.0

Fuente: Cuestionario satisfacción del usuario - SPSS Ver. 23

Grafico N° 28
Gráfico de frecuencias del ITEM 18



Fuente: Cuestionario satisfacción del usuario - SPSS Ver. 23

Descripción: Del total de los 190 usuarios encuestados, el 31% refirió que “algunas veces” el servicio otorgado cumplió con las necesidades y expectativas esperadas, mientras que el 23% refirió que “casi siempre”, el 21% refirió que “siempre”, el 19% refirió que “casi nunca” y solo el 6% refirió que “nunca”.

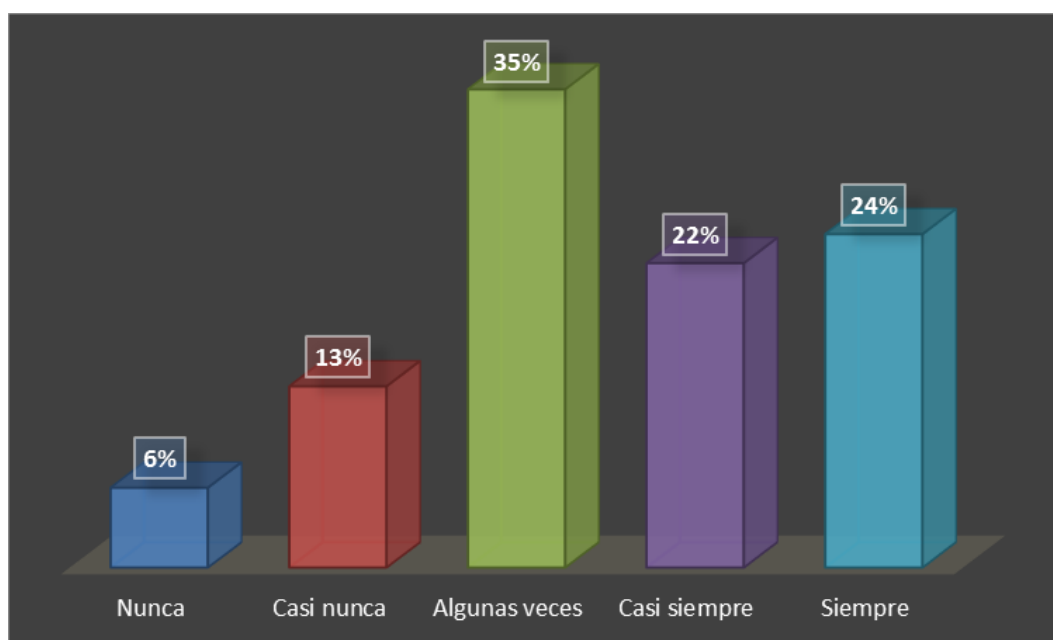
19. ¿El personal muestra que conoce las necesidades prioritarias que aquejan a los usuarios de la SUNARP sede Pucallpa?

Tabla N° 34
Frecuencias del ITEM 19

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	11	5.8
Casi nunca	25	13.2
Algunas veces	66	34.7
Casi siempre	42	22.1
Siempre	46	24.2
Total	190	100.0

Fuente: Cuestionario satisfacción del usuario - SPSS Ver. 23

Grafico N° 29
Gráfico de frecuencias del ITEM 19



Fuente: Cuestionario satisfacción del usuario - SPSS Ver. 23

Descripción: Del total de los 190 usuarios encuestados, el 35% refirió que “algunas veces” el personal muestra que conoce las necesidades prioritarias que aquejan a los usuarios de la SUNARP sede Pucallpa, mientras que el 24% refirió que “siempre”, el 22% refirió que “casi siempre”, el 13% refirió que “casi nunca” y solo el 6% refirió que “nunca”.

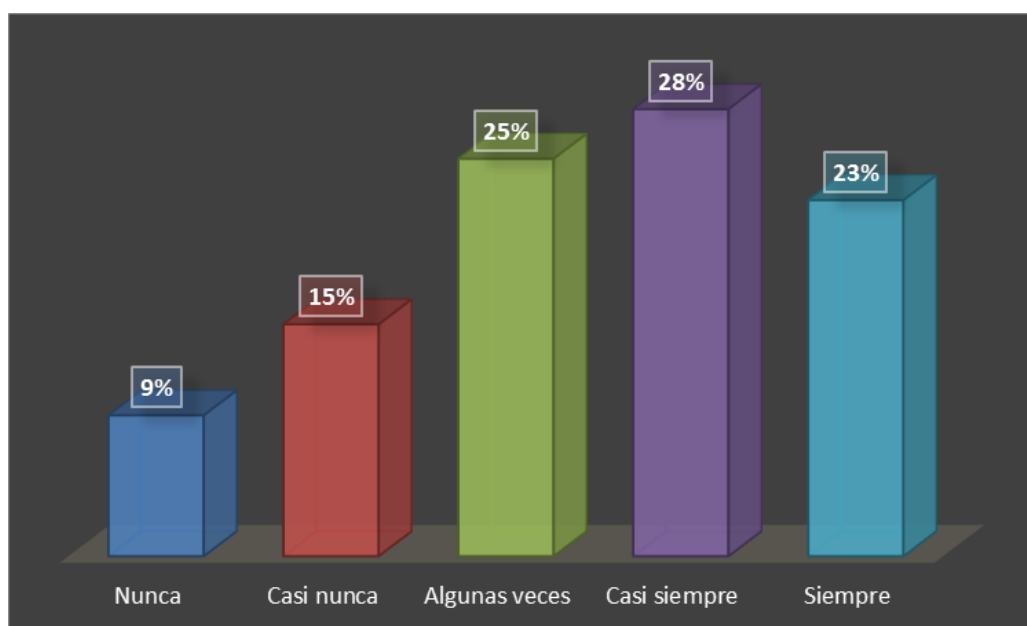
20. ¿Encuentras mejores soluciones a tus necesidades?

Tabla N° 35
Frecuencias del ITEM 20

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	17	8.9
Casi nunca	28	14.7
Algunas veces	48	25.3
Casi siempre	54	28.4
Siempre	43	22.6
Total	190	100.0

Fuente: Cuestionario satisfacción del usuario - SPSS Ver. 23

Grafico N° 30
Gráfico de frecuencias del ITEM 20



Fuente: Cuestionario satisfacción del usuario - SPSS Ver. 23

Descripción: Del total de los 190 usuarios encuestados, el 28% refirió que “algunas veces” encuentra mejores soluciones a sus necesidades en la SUNARP sede Pucallpa, mientras que el 25% refirió que “algunas veces”, el 23% refirió que “siempre”, el 15% refirió que “casi nunca” y solo el 9% refirió que “nunca”.

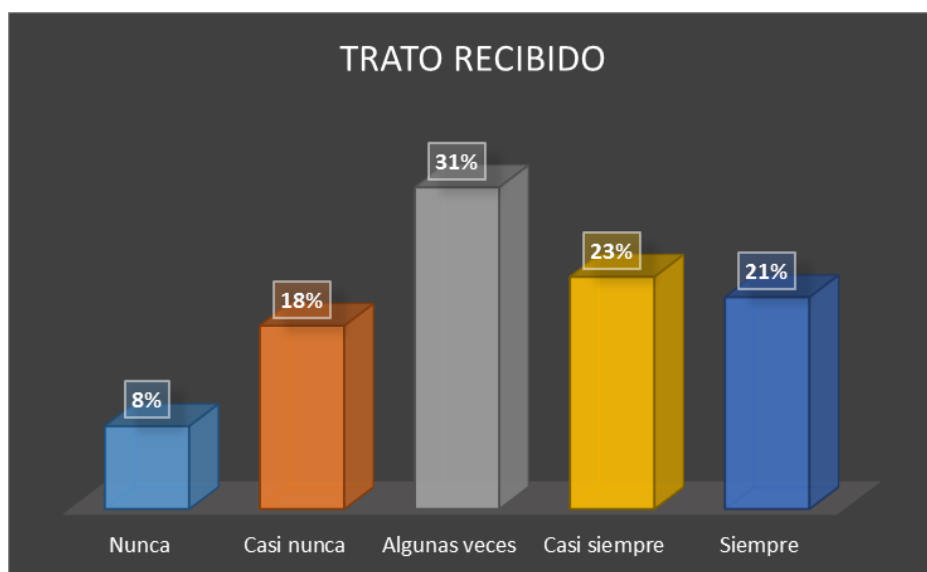
b) Dimensión: Trato recibido

Tabla N° 36
Frecuencias de la dimensión trato recibido

N°	ÍTEMS	Nunca		Casi nunca		Algunas veces		Casi siempre		Siempre	
		fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
13	¿Considera que su solicitud ha sido atendida en todas las oportunidades?	21	11.1	45	23.7	64	33.7	32	16.8	28	14.7
14	¿El servicio otorgado cumplió con las necesidades y expectativas esperadas por usted?	12	6.3	37	19.5	59	31.1	43	22.6	39	20.5
15	¿El personal muestra que conoce las necesidades prioritarias que aquejan a los usuarios de la SUNARP sede Pucallpa?	11	5.8	25	13.2	66	34.7	42	22.1	46	24.2
16	¿Encuentras mejores soluciones a tus necesidades?	17	8.9	28	14.7	48	25.3	54	28.4	43	22.6
Promedio Porcentual		8.0		17.8		31.2		22.5		20.5	

Fuente: Encuesta procesada en SPSS Ver. 23 – Satisfacción del usuario.

Grafico N° 31
Promedio porcentual de la dimensión trato recibido



Fuente: Frecuencias de la dimensión trato recibido.

Descripción: Respecto a la dimensión trato recibido, se observa que del 100% de usuarios encuestados, el 31% refieren que solo algunas veces están de acuerdo con el trato recibido por los trabajadores de la SUNARP Sede Pucallpa, mientras que el 44% refieren estar de acuerdo con el trato recibido y solo el 26% refieren no estar de acuerdo con el trato recibido.

4.2. Análisis de relación de las variables

4.2.1. Correlación de la hipótesis general:

Se analizaron los datos obtenidos por medio de los instrumentos de recolección de datos, usando el coeficiente de correlación de Pearson, mediante el software estadístico SPSS Ver. 23, para conocer el nivel de relación de las variables y así llegar a la conclusión de la siguiente hipótesis:

- **H₁:** Existe relación significativa entre la calidad de atención y la satisfacción de los usuarios de la SUNARP sede Pucallpa, 2018.
- **H₀:** No existe relación significativa entre la calidad de atención y la satisfacción de los usuarios de la SUNARP sede Pucallpa, 2018.

Tabla N° 37

Correlación entre calidad de atención y satisfacción del usuario

			Calidad de atención	Satisfacción del usuario
Coeficiente de Pearson	Calidad de atención	Coeficiente de correlación	1,000	,559
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	190	190
Satisfacción del usuario	Satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	,559	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	190	190

Fuente: SPSS Ver. 23 – Elaboración propia

Como se observa en la tabla N° 36 las variables tienen un coeficiente de correlación (r) de Pearson igual a 0,559 el cual se encuentra en un rango aceptable de relación entre las mismas, según la siguiente escala de valores:

Tabla N° 38
Rangos de correlación (r) de Pearson

Valor	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a -0,99	Correlación negativa muy alta
-0,7 a -0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a -0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a -0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a -0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Fuente: Fórmulas y Tablas Estadísticas. Mora, M. (2006).

Interpretación: Existe suficiente evidencia para concluir que las variables calidad de atención y satisfacción del usuario están relacionadas positivamente y que esta asociación es significativa (Nivel de Significancia Sig. = 0,000 < 0,05); por lo que se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1). Por lo tanto, se puede afirmar que: “Existe relación significativa entre la calidad de atención y la satisfacción de los usuarios de la SUNARP sede Pucallpa, 2018”.

4.2.2. Contratación de la hipótesis específica 1:

Se analizaron los datos obtenidos por medio de los instrumentos de recolección de datos, usando el coeficiente de correlación de Pearson, mediante el software estadístico SPSS Ver. 23, para conocer el nivel de relación de las variables y así llegar a la conclusión de la siguiente hipótesis:

Por otro lado, se planteó la hipótesis específica 1:

- **H₁:** Existe relación significativa entre la capacidad de respuesta de los trabajadores y la satisfacción de los usuarios en la SUNARP sede Pucallpa, 2018.
- **H₀:** No existe relación significativa entre la capacidad de respuesta de los trabajadores y la satisfacción de los usuarios en la SUNARP sede Pucallpa, 2018.

Tabla N° 39

Correlación entre capacidad de respuesta y satisfacción del usuario

			Capacidad de respuesta	Satisfacción del usuario
Coeficiente de Pearson	Capacidad de respuesta	Coeficiente de correlación	1,000	,498
		Sig. (bilateral)	.	,011
		N	190	190
Satisfacción del usuario	Satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	,498	1,000
		Sig. (bilateral)	,011	.
		N	190	190

Fuente: SPSS Ver. 23 – Elaboración propia

Como se observa en la tabla N° 37 las variables tienen un coeficiente de correlación (r) de Pearson igual a 0,498 el cual se encuentra en un rango aceptable de relación entre las mismas, según la siguiente escala de valores:

Tabla N° 40
Rangos de correlación (r) de Pearson

Valor	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a -0,99	Correlación negativa muy alta
-0,7 a -0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a -0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a -0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a -0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Fuente: Fórmulas y Tablas Estadísticas. Mora, M. (2006).

Interpretación: Existe suficiente evidencia para concluir que las variables capacidad de respuesta y satisfacción del usuario están relacionadas positivamente y que esta asociación es significativa (Nivel de Significancia Sig. = 0,011 < 0,05); por lo que se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1). Por lo tanto, se puede afirmar que: “Existe relación significativa entre la capacidad de respuesta de los trabajadores y la satisfacción de los usuarios en la SUNARP sede Pucallpa, 2018”.

4.2.3. Contratación de la hipótesis específica 2:

Se analizaron los datos obtenidos por medio de los instrumentos de recolección de datos, usando el coeficiente de correlación de Pearson, mediante el software estadístico SPSS Ver. 23, para conocer el nivel de relación de las variables y así llegar a la conclusión de la siguiente hipótesis:

Por otro lado, se planteó la hipótesis específica 2:

- **H₁:** Existe relación significativa entre la cortesía y la satisfacción de los usuarios en la SUNARP sede Pucallpa, 2018.
- **H₀:** No existe relación significativa entre la cortesía y la satisfacción de los usuarios en la SUNARP sede Pucallpa, 2018.

Tabla N° 41
Correlación entre cortesía y satisfacción del usuario

			Cortesía	Satisfacción del usuario
Coeficiente de Pearson	Cortesía	Coeficiente de correlación	1,000	,621
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	190	190
Satisfacción del usuario	Satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	,621	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	190	190

Fuente: SPSS Ver. 23 – Elaboración propia

Como se observa en la tabla N° 37 las variables tienen un coeficiente de correlación (r) de Pearson igual a 0,621 el cual se encuentra en un rango aceptable de relación entre las mismas, según la siguiente escala de valores:

Tabla N° 42
Rangos de correlación (r) de Pearson

Valor	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a -0,99	Correlación negativa muy alta
-0,7 a -0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a -0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a -0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a -0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Fuente: Fórmulas y Tablas Estadísticas. Mora, M. (2006).

Interpretación: Existe suficiente evidencia para concluir que las variables cortesía y satisfacción del usuario están relacionadas positivamente y que esta asociación es significativa (Nivel de Significancia Sig. = 0,001 < 0,05); por lo que se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1). Por lo tanto, se puede afirmar que: “Existe relación significativa entre la cortesía y la satisfacción de los usuarios en la SUNARP sede Pucallpa, 2018”.

4.2.4. Correlación de la hipótesis específica 3:

Se analizaron los datos obtenidos por medio de los instrumentos de recolección de datos, usando el coeficiente de correlación de Pearson, mediante el software estadístico SPSS Ver. 23, para conocer el nivel de relación de las variables y así llegar a la conclusión de la siguiente hipótesis:

Por otro lado, se planteó la hipótesis específica 3:

- **H₁:** Existe relación significativa entre las competencias personales y la satisfacción de los usuarios en la SUNARP sede Pucallpa, 2018.
- **H₀:** No existe relación significativa entre las competencias personales y la satisfacción de los usuarios en la SUNARP sede Pucallpa, 2018.

Tabla N° 43

Correlación entre competencias personales y satisfacción del usuario

			Competencias personales	Satisfacción del usuario
Coeficiente de Pearson	Competencias personales	Coeficiente de correlación	1,000	,524
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	190	190
	Satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	,524	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	190	190

Fuente: SPSS Ver. 23 – Elaboración propia

Como se observa en la tabla N° 41 las variables tienen un coeficiente de correlación (r) de Pearson igual a 0,524, lo que indica que existe una correlación negativa moderada entre las competencias personales y la satisfacción del usuario, según la siguiente escala de valores:

Tabla N° 44
Rangos de correlación (r) de Pearson

Valor	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a -0,99	Correlación negativa muy alta
-0,7 a -0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a -0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a -0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a -0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Fuente: Fórmulas y Tablas Estadísticas. Mora, M. (2006).

Interpretación: Existe suficiente evidencia para concluir que las variables competencias personales y satisfacción del usuario están relacionadas positivamente y que esta asociación es significativa (Nivel de Significancia Sig. = 0,000 < 0,05); por lo que se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1). Por lo tanto, se puede afirmar que: “Existe relación significativa entre las competencias personales y la satisfacción de los usuarios en la SUNARP sede Pucallpa, 2018”.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

Para efectos de la discusión de los resultados, partiendo del objetivo general de la investigación, el cual se enmarco en determinar la relación que existe entre la calidad de atención y la satisfacción de los usuarios de la SUNARP Sede Pucallpa, 2018. Se ha obtenido que existe relación significativa entre ambas variables, en ese sentido, a continuación, se procede a discutir los resultados de cada variable considerando sus resultados, antecedentes y el marco teórico.

Según los resultados en cuanto a la aplicación del instrumento que mide la variable calidad de atención, según la tabla N° 08 y el gráfico N° 04, se pudo observar que, del total de los 190 usuarios encuestados, el 17% consideran que existe un bajo nivel en la calidad de la atención en la SUNARP Sede Pucallpa, el 24% consideran que existe un nivel medio, y el porcentaje mayoritario (59%) consideran que existe un alto nivel en la calidad de la atención por parte de los trabajadores.

Esto concuerda con lo dicho por Ruiz (2015) quien menciona que la calidad de atención en las instituciones públicas ha venido tomando fuerza acorde al aumento de la competencia profesional, ya que mientras más preparación exista, los usuarios tienen mejores experiencias respecto al servicio que están requiriendo, es aquí donde radica dicha importancia de irlo perfeccionando y adecuando a las necesidades de los usuarios, ya que estos mismo son quienes

tienen la potestad de calificar dicha atención.

Al respecto, Mendoza (2014) menciona que la calidad en el servicio es el hábito que se desarrolla y practica por las organizaciones para identificar las expectativas y necesidades de los usuarios, consecuentemente, un servicio que sea accesible, que sea adecuado, apreciable, ágil, útil, oportuno, seguro, flexible y confiable, incluso en circunstancias de imprevisión o ante equivocaciones, de modo que el usuario se identifique como servido, atendido y comprendido personalmente, con eficacia y dedicación, y con un valor mayor al que se espera, produciendo consecuentemente satisfacción en el usuario y una buena reputación para la organización.

Referente a los resultados obtenidos en cuanto a la aplicación del instrumento que mide la satisfacción del usuario, según la tabla N° 25 y el gráfico N° 20, se pudo observar que del total de los 190 usuarios encuestados, el 24% experimentaron un nivel bajo de satisfacción en la SUNARP Sede Pucallpa, el 28% experimentaron un nivel medio de satisfacción, y el porcentaje mayoritario (48%) experimentaron un nivel alto de satisfacción al ser atendidos por los trabajadores de la SUNARP Sede Pucallpa.

Al respecto, Vogt (2014) define la satisfacción del usuario como: "el grado que experimenta el usuario después de haber adquirido un bien y/o servicio, cuando este ha cumplido o sobrepasado sus expectativas".

En ese sentido, Hernández (2015) menciona que la satisfacción es una respuesta emocional del usuario ante su evaluación de la discrepancia percibida entre su experiencia previa del servicio y el verdadero rendimiento experimentado una vez establecido el contacto con la institución. Creemos que la satisfacción de los usuarios influirá en sus futuras relaciones con la organización.

Discusión de la correlación

Respecto a los resultados encontrados mediante la correlación de las variables de calidad de atención y satisfacción del usuario, según la tabla N° 36 las variables tienen un coeficiente de correlación (r) de Pearson igual a 0,559, el cual se encuentra en un rango aceptable de relación entre las mismas (correlación positiva moderada); además esta asociación es significativa (nivel de significancia Sig. = 0,000 < 0,05). Con estos resultados se demuestra que la calidad de atención se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario de la SUNARP Sede Pucallpa.

En ese sentido, se puede afirmar que la razón de ser de las instituciones públicas es servir a los usuarios, como menciona en el Capítulo IV, Artículo N° 39 de la Constitución Política del Perú, porque sin los usuarios no existirían. Para ello se debe satisfacer las necesidades prioritarias de los usuarios y para la cual, se debe establecer las funciones y los procesos de gestión que permitan responder más y mejor a esas necesidades con los recursos y capacidades disponibles.

Por ello, los trabajadores públicos deben servir a los intereses de los usuarios, procurar aumentar la eficiencia, para brindar una mejor atención a los ciudadanos y actuar con idoneidad, lealtad y respeto frente al usuario.

Cabe mencionar los resultados de la presente investigación, tiene similitud con el trabajo investigación elaborado por Rodríguez (2017). El mismo que se elaboró con la finalidad de determinar la influencia del servicio de calidad en la satisfacción del usuario de la academia de baile Fitness Dance de la ciudad de Pucallpa, 2017. De acuerdo con los resultados encontrados en esta investigación, lo cual se vio reflejado en el incremento de usuarios, se obtuvo $r = 0.90$ positiva alta, y p valor = 0.037 < 0.05, es decir se rechaza la hipótesis nula y se concluye: Existe influencia significativa del servicio de calidad en la satisfacción del usuario de la academia de baile Fitness Dance de la ciudad de Pucallpa, 2017.

CONCLUSIONES

1. En relación con el objetivo general, se concluye que el valor obtenido respecto al nivel de significancia entre las variables calidad de atención y la satisfacción del usuario es menor que 0.05 (sig. = 0.000), por lo tanto, existe suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis general que sostiene la relación entre las variables. Asimismo, el resultado respecto al coeficiente de correlación (r) de Pearson es igual a 0,559; lo que indica que existe una relación positiva moderada. Por lo tanto, se puede afirmar que: “Existe relación significativa entre la calidad de atención y la satisfacción de los usuarios de la SUNARP Sede Pucallpa, 2018”. Dichos resultados se pueden reflejar mediante los gráficos N° 05 y N° 21, donde se evidencia que los niveles de calidad de atención y satisfacción del usuario son ALTO.
2. Referente al primer objetivo específico, se concluye que el valor obtenido respecto al nivel de significancia entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario es menor que 0.05 (sig. = 0.011), por lo tanto, existe suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis específica que sostiene la relación entre las variables. Asimismo, el resultado respecto al coeficiente de correlación (r) de Pearson es igual a 0,498; lo que indica que existe una relación positiva moderada. Por lo tanto, se puede afirmar que: “Existe relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios de la SUNARP Sede Pucallpa, 2018”.
3. En relación con el segundo objetivo específico, se concluye que el valor obtenido respecto al nivel de significancia entre la cortesía y la satisfacción del usuario es menor que 0.05 (sig. = 0.001), por lo tanto, existe suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis específica que sostiene la relación entre las variables. Asimismo, el resultado respecto al coeficiente de correlación (r) de Pearson es igual a 0,621; lo que indica que existe una relación positiva moderada. Por lo tanto, se puede afirmar que: “Existe relación significativa entre la cortesía y la satisfacción de los usuarios de la SUNARP Sede Pucallpa, 2018”.

4. En relación con el tercer objetivo específico, se concluye que el valor obtenido respecto al nivel de significancia entre las competencias personales y la satisfacción del usuario es menor que 0.05 (sig. = 0.000), por lo tanto, existe suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis específica que sostiene la relación entre las variables. Asimismo, el resultado respecto al coeficiente de correlación (r) de Pearson es igual a 0,524; lo que indica que existe una relación positiva moderada. Por lo tanto, se puede afirmar que: “Existe relación significativa entre las competencias personales y la satisfacción de los usuarios de la SUNARP Sede Pucallpa, 2018”.

5. Por último, según los resultados obtenidos, se concluye que existe un buen porcentaje de usuarios que se encuentran satisfechos con la calidad de atención brindada por los trabajadores de la SUNARP Sede Pucallpa; sin embargo existe también un porcentaje de usuarios, que no son pocos, que se sienten insatisfechos, por factores como: la demora en la atención, la poca información brindada, deficiente ayuda en la gestión solicitada, entre otros; por lo que la Superintendencia Nacional de los Registro Públicos – SUNARP Sede Pucallpa necesitaría aplicar políticas favorables para el público usuario con respecto a los indicadores que generen grado de satisfacción.

RECOMENDACIONES

1. Referente a la calidad de atención brindada en las oficinas de la SUNARP Sede Pucallpa, se recomienda a la institución, poner mayor énfasis en el rendimiento de los trabajadores que laboran en el área de atención al público y/o mesa de partes, de manera que puedan cumplir de eficientemente las labores encomendadas, optimizando los servicios y logrando la satisfacción de los usuarios que acuden a dicha institución.
2. Elaborar un plan de capacitaciones dirigido a los trabajadores de la institución, referente a temas relacionados con la calidad en la atención, lo cual ayudara a desarrollar y enriquecer sus conocimientos, mejorando la capacidad de respuesta brindada a los usuarios, propiciando la satisfacción de los mismos.
3. Fomentar en todo el personal que labora en los servicios de atención al público de la institución, el ofrecer una atención oportuna, ágil, con calidad y cortesía, teniendo en cuenta las necesidades y expectativas del usuario.
4. Realizar periódicamente eventos de confraternidad, para promover el reconocimiento a los logros y resultados alcanzados por parte de los trabajadores, propiciando el crecimiento de las competencias personales y desarrollo profesional de los mismos, consolidando su compromiso con el trabajo y estimulando su contribución a la satisfacción de los usuarios.
5. Incentivar y promover a que mis colegas y alumnos de los últimos ciclos de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales la Universidad Alas Peruanas, realicen investigación referente a temas similares, de manera que busquen mejorar e incrementar la satisfacción de los usuarios en las instituciones del estado, por ser un tema recurrente en los mismos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Antivilio, A. (2016).** Teoría y construcción de pruebas psicológicas. Recuperado el 2 de diciembre del 2015, de: <http://74.125.95.132/search?q=cache:41s03bQqAuUJ:cmm>.
- Aparecida Riuzim, Adriana (2016).** Estudio dos fatores relevantes para qualidades dos services oferecidos pela Biblioteca Central da UEL, pp. 221-231. En: Anais do Simposio Brasil-Sul de Informacao, Londrina. 27 a 30 de maio de 2016. Londrina: UEL.
- Armada, E. (2015)** La satisfacción del usuario como indicador de calidad en el servicio municipal de deportes. Percepción, análisis y evolución, tesis para optar al grado de Doctor, Universidad de Murcia, España.
- Barra, A. (2014).** El valor social del cliente. Recuperado el 28 de marzo del 2008, de: <http://www.albertbarra.com/marketing-hotelerero/el-valor-social-del-cliente/>
- Buckley, R. (2014).** La formación: Teoría y práctica. Recuperado el 9 de abril del 2014, de: <http://books.google.com.mx/books?id>.
- Castillo, K. (2016).** Las ventas y la calidad del servicio de PLAZA VEA en Pucallpa, 2016. Tesis de grado. Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contable de la Universidad Nacional de Ucayali, Pucallpa, Perú.
- Chang, J. (2014).** Atención al Cliente en los Servicios de la Municipalidad de Malacatán San Marcos, Tesis de grado. Universidad Rafael Landívar, Quetzaltenango, Guatemala.
- Chumacero (2014).** “La satisfacción laboral de los empleados del área de publicidad de la gerencia de personas jurídicas de la SUNARP, zona

registral IX - Sede Lima, 2014”, Universidad César Vallejo Lima Norte.

Dominguez, E. y Huaman, I. (2017). Gestión y Calidad del Servicio de la Agencia Mibanco, 2016, Tesis de grado. Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contable de la Universidad Nacional de Ucayali, Pucallpa, Perú.

Efrén, Echeverri & Ruiz, (2014). Efecto meteorológico sobre la producción y calidad de la leche en dos Municipios de Antioquia - Colombia. Revista Lasallista de Investigación, 50-57.

Griffiths, J.R.; Johnson, F.; Hartley, R.J. (2017). User satisfaction as a measure of system performance. Journal of Librarianship and Information Science, 39 (3) : 142-152. September.

Han, S., Chen, S., y Ebrahimpour, M. (2017). The Impact of ISO 9000 on TQM and Business Performance. Journal of Business & Economic Studies, 1-23. Recuperado el 29 de marzo del 2015 de: Business Source Premier database.

Hernández, P. (2015). La importancia de la satisfacción del usuario. Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas. Retrieved from: revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/view/36463.

Hernández Salazar, P. (2015). Métodos cualitativos para estudiar a los usuarios de la información. México: UNAM; Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas.

Huang, R. (2016). Study analysis of information on the reader’s potential discontent in an academic library. Library Management, 28 (1/2): 27-35.

- Laguna, M. y Rodríguez, J. (2015).** Aportaciones de las tecnologías de la información a la innovación y mejora de la calidad de los productos. Revista Tribuna de debate. Recuperado el 15 de Febrero del 2014, de: <http://www.madrimasd.org/revista/revista12/tribuna/tribunas.asp>.
- Maya, Esther (2014).** Métodos y técnicas de investigación. Una propuesta ágil para la presentación de trabajos científicos en las áreas de arquitectura, urbanismo y disciplinas afines. Universidad Nacional Autónoma de México. Facultad de Arquitectura. México 2014.
- Martínez, Armando (2015).** Manual de Gestión y mejora de procesos en los Servicios de Atención y Satisfacción del Usuario, Editorial El Manual Moderno, S.A., México, D.F.
- Méndez Rosey Julio César. (2014).** Calidad, concepto y filosofías: Deming, Juran, Ishikawa y Crosby. Recuperado de: <https://www.gestiopolis.com/calidad-concepto-y-filosofias-deming-juran-ishikawa-y-crosby/>
- Mendoza, J.A. (2014).** Medición de la calidad de servicio. Recuperado el 24 de marzo del 2008, de <http://www.monografias.com/trabajos12/calser/calser.shtml>.
- Nejati, M.; Nejati, M. (2016).** Service quality at University of Tehran Central Library. Library Management, 29 (6/7) : 571-582.
- Norma ISO 9000 (2016).** Curso de Calidad ISO 9000. Recuperado el 13 de marzo del 2014, de: <http://www.adrformacion.com/cursos/calidad/leccion1/tutorial2.html>.
- Oliver, R.L. (2014).** Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.

- Palafox, G. (2017).** Calidad en el servicio. Recuperado el 24 de marzo del 2016, de: <http://secretosenred.com/articulos/4482/1/CALIDAD-EN-EL-SERVICIO/Paacutegina1.html>.
- Peters, David (2014).** Metodología de la investigación: manual para el desarrollo de personal de salud / Canales FH de, Alvarado EL de, Pineda EB, organización Panamericana de la Salud, Organización Mundial de la Salud. / Limusa / 2014 / México, D.F.
- Quezada, H. (2014).** Gestión por competencias. Recuperado el 9 de Abril del 2013, en: <http://www.gestiopolis.com/canales/derrhh/.htm>.
- Reyner, C. (2014).** Sistema de control de calidad de los servicios. Recuperado el 24 de marzo del 2014, de: <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger1/ctrlcalss.htm>.
- Rivas y Quiróz (2014).** “La gestión administrativa y la calidad de servicio al usuario en las oficinas de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos de Lima, 2014”, Universidad César Vallejo Lima Norte.
- Rodríguez (2017).** “Influencia del servicio de calidad en la satisfacción del usuario en la academia de baile Fitness Dance de la ciudad de Pucallpa, 2017”, Universidad Privada de Pucallpa.
- Ruiz, C. (2015).** Gestión de la calidad del servicio. Recuperado el 24 de marzo del 2014, de: <http://www.5campus.com/leccion/calidadserv>.
- Sampieri H. (2014).** Metodología de la investigación. 6ta. ed. D.F., México: McGraw Hill. p. 5-250.

- Sandoval, M. (2016).** Conceptos y dimensiones del clima organizacional. *Hitos de Ciencias Económico Administrativas*, 10(27), 78–82.
- Shi, X; Holahan, P.J.; Jiurkat, M.P. (2014)** Satisfaction formation processes in library users: understanding multisource effects. *The Journal of Academic Librarianship*, 30 (2): 122-131. March.
- Soto (2014).** “Calidad en la Atención al Cliente en las Pymes del Municipio de Arauca – Colombia” de la Universidad Nacional de Colombia - Facultad de Posgrados en Administración.
- Vogt, H. (2014).** El usuario es lo primero: la satisfacción del usuario como prioridad en la gestión. Barcelona: Fundación Bertelsmann. p. 132.
- Zeithman Valarie A. y Bitner Jo. (2014).** Marketing de servicio. 5da Edición, Editorial, Fic Graw-Hill Interamericana 2014.

ANEXOS

Anexo N° 01. Matriz de consistencia

“CALIDAD DE ATENCIÓN Y NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE LOS REGISTRO PÚBLICOS – SUNARP UCAYALI, 2018”

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGIA
<p>Problema Principal</p> <p>¿Qué relación existe entre la calidad de atención y la satisfacción de los usuarios de la SUNARP sede Pucallpa, 2018?</p> <p>Problemas Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es la relación entre la capacidad de respuesta de los trabajadores y la satisfacción de los usuarios en la SUNARP sede Pucallpa, 2018? • ¿Cuál es la relación entre la cortesía y la satisfacción de los usuarios en la SUNARP sede Pucallpa, 2018? • ¿Cuál es la relación entre las competencias personales y la satisfacción de los usuarios en la SUNARP sede Pucallpa, 2018? 	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar la relación que existe entre la calidad de Atención y el nivel de Satisfacción de los Usuarios en la SUNARP sede Pucallpa, 2018.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evaluar la relación que existe entre la capacidad de respuesta de los trabajadores y la satisfacción de los usuarios en la SUNARP sede Pucallpa, 2018. • Definir la relación que existe entre la cortesía y la satisfacción de los usuarios en la SUNARP sede Pucallpa, 2018. • Precisar la relación que existe entre las competencias personales y la satisfacción de los usuarios en la SUNARP sede Pucallpa, 2018. 	<p>Hipótesis General</p> <p>“Existe relación significativa entre la calidad de atención y la satisfacción de los usuarios de la SUNARP sede Pucallpa, 2018”.</p> <p>Hipótesis Específicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Existe relación significativa entre la capacidad de respuesta de los trabajadores y la satisfacción de los usuarios en la SUNARP sede Pucallpa, 2018. • Existe relación significativa entre la cortesía y la satisfacción de los usuarios en la SUNARP sede Pucallpa, 2018. • Existe relación significativa entre las competencias personales y la satisfacción de los usuarios en la SUNARP sede Pucallpa, 2018. 	<p>Variable correlacional 1: Calidad de atención</p>	<p>Capacidad de respuesta</p> <p>Cortesía</p> <p>Competencias personales</p>	<p>Rapidez en el servicio</p> <p>Respuesta oportuna</p> <p>Trato personal</p> <p>Amabilidad</p> <p>Desempeño del personal</p> <p>Experiencia laboral</p>	<p>Población 750 usuarios que concurren a las Oficinas de la SUNARP – Zona Registral N° VI – Sede Pucallpa.</p> <p>Muestra Del total de la población, se tomó una muestra experimental de 190 usuarios que concurren a las Oficinas de la SUNARP – Zona Registral N° VI – Sede Pucallpa.</p> <p>Tipo de Investigación: Descriptiva – Correlacional</p> <p>Nivel de Investigación: Descriptivo</p> <p>Técnicas: - Observación - Encuesta</p> <p>Instrumentos: Cuestionario</p>
			<p>Variable correlacional 2: Satisfacción del usuario</p>	<p>Confianza en el servicio</p> <p>Trato recibido</p>	<p>Esfuerzo valorado</p> <p>Valoración del servicio</p> <p>Calidad del servicio</p> <p>Percepción del cliente</p>	

Fuente: Elaboración propia.

Anexo N° 02. Instrumento de recolección de datos



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACION

Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales

**ENCUESTA SOBRE CALIDAD DE ATENCION Y SATISFACCION DEL
USUARIO DE LA SUNARP SEDE PUCALLPA, 2018.**

Objetivo:

Determinar el nivel actual de la calidad de atención y su relación con la satisfacción que experimentan los usuarios que concurren a las oficinas de la SUNARP – Zona Registral N° VI – Sede Pucallpa.

Instrucciones:

Distinguido usuario,

Le agradecemos anticipadamente por su colaboración, al brindar su opinión sobre la SUNARP – Zona Registral N° VI – Sede Pucallpa, para el proyecto de investigación titulado:

“CALIDAD DE ATENCIÓN Y NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS
DE LA SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE LOS REGISTRO PÚBLICOS –
SUNARP UCAYALI, 2018”

Por favor no escriba su nombre, es anónimo y confidencial.

Responda las alternativas de respuesta según corresponda. Marque con una "X" la alternativa de respuesta que se adecue a su criterio.

Información general:

1. **Género:** Masculino

Femenino

2. **Usted se encuentra en el rango de edad:**

0 – 15 años

15 – 30 años

30 – 60 años

60 años a más

3. **Usted se considera un usuario:**

Frecuente

Habitual

Ocasional

CUESTIONARIO

Cada ítem tiene cinco posibles respuestas, marque con una (X) el número que corresponda a su respuesta, según el siguiente criterio:

NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
1	2	3	4	5

Nº	ÍTEMS	ESCALA DE VALORACIÓN				
	VARIABLE 1: CALIDAD DE ATENCIÓN					
	DIMENSIÓN: CAPACIDAD DE RESPUESTA	1	2	3	4	5
1	¿El personal realiza el servicio solicitado en un plazo adecuado?					
2	¿El personal cuenta con los recursos materiales suficientes para llevar a cabo su trabajo?					
3	¿El personal le informa adecuadamente de los servicios que ofrecen?					
4	¿Considera que el personal que lo atendió le inspira confianza y muestra buena disposición para atenderlo?					

DIMENSIÓN: CORTESIA						
5	¿El personal que lo atendió se expresa en un lenguaje comprensible que usted pueda entender?					
6	¿El personal que lo atendió muestra un trato respetuoso hacia su persona?					
7	¿El personal que le atendió se muestra dispuesto a ayudarle con la gestión que usted está realizando?					
8	¿El personal muestra un trato cordial y amable en la atención al usuario?					
DIMENSIÓN: COMPETENCIAS PERSONALES						
9	¿Los trabajadores muestran que están preparados para solucionar situaciones de conflictos que puedan surgir con los usuarios?					
10	¿El personal le da una imagen de honestidad y confianza?					
11	¿El personal que lo atendió muestra que está suficientemente preparado para desempeñarse en el cargo que ocupa?					
12	¿El personal que lo atendió muestra dominio en su puesto de trabajo?					
VARIABLE 2: SATISFACCION DEL USUARIO						
DIMENSIÓN: CONFIANZA EN EL SERVICIO						
13	¿Se resuelve o se prioriza la necesidad solicitada por usted?					
14	¿Se han solucionado satisfactoriamente tus demandas en ocasiones pasadas?					
15	¿La prestación del servicio en la SUNARP sede Pucallpa es muy burocrática? (hay mucha demora)					
16	¿El servicio que recibe le parece el adecuado por parte de los trabajadores de la SUNARP sede Pucallpa?					
DIMENSIÓN: TRATO RECIBIDO						
17	¿Considera que su solicitud ha sido atendida en todas las oportunidades?					
18	¿El servicio otorgado cumplió con las necesidades y expectativas esperadas por usted?					
19	¿El personal que labora en la SUNARP muestra que conoce las necesidades prioritarias que aquejan a los usuarios de la SUNARP sede Pucallpa?					
20	¿Encuentras mejores soluciones a tus necesidades?					

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo N° 03. Solicitud para aplicación de encuesta

"Año del Dialogo y la Reconciliación Nacional"

Pucallpa, 19 de Marzo del 2018

CARTA N° 001-2018-RCT

Señor

HECTOR ALEXSIS LAGUNA TORRES

Jefe de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos – SUNARP
Sede Pucallpa

Presente-

De mi mayor consideración:

Es grato dirigirme a usted, para saludarlo cordialmente y al mismo tiempo mencionarle lo siguiente:

Yo, Roció Chiong Tuesta, Bachiller de la Carrera Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Alas Peruanas, identificada con DNI N° 70460333, que por motivos académicos profesionales es necesario el desarrollo de mi proyecto de tesis denominado: "Calidad de Atención y Nivel de Satisfacción de los Usuarios de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos – SUNARP Ucayali, 2018"; siendo éste requisito indispensable para la obtención de mi Título Profesional.

En ese sentido, Solicito a usted, me autorice desarrollar la tesis antes mencionada, el cual constará en realizar una encuesta dirigida a los usuarios que asiste a las oficinas de la SUNARP Sede Pucallpa, con el fin de conocer la calidad de atención que perciben y el nivel de satisfacción que experimentan.

Es importante señalar que esta actividad no conlleva ningún gasto para la institución y que se tomarán las medidas necesarias para no interferir con el normal funcionamiento de las actividades de los trabajadores.

Sin otro particular me despido de usted, agradeciéndole de antemano por la atención a la presente.

Atentamente,


ROCIO CHIONG TUESTA
DNI N° 70460333





PERÚ

Ministerio
de Justicia
y Derechos Humanos

Superintendencia Nacional
de los Registros Públicos

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"

"Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional"

Pucallpa, 19 de Marzo del 2018

CARTA N° 046 -2018/Z.R. N° VI-SP-JEF

Señorita:

ROCIO CHIONG TUESTA

Bachiller de la Carrera Profesional de Administración y Negocios Internacionales

Pucallpa.-

Asunto: Autorización para realizar encuesta

Por el presente me dirijo a usted, con la finalidad de comunicarle que se le autoriza a su persona, para que realice la encuesta en esta Institución.

Sin otro particular, hago propicia la oportunidad para renovarle las muestras de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,


sunarp

Héctor Alexis Laguna Torre

Jefe Zonal (e)

Zona Registral N° VI - Sede Pucallpa



061-572288



Jr. Progreso N° 150 Pucallpa



www.sunarp.gob.pe

sunarp

Superintendencia Nacional
de los Registros Públicos



Anexo N° 04. Base de datos para el procesamiento de la información

Microsoft Excel 2013

¿Los trabajadores muestran que están preparados para solucionar situaciones de conflictos que puedan surgir con los usuarios?

N°	ÍTEMES	ESCALA DE VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
01	¿El personal realiza el servicio solicitado en un plazo adecuado?	21	48	72	33	16
02	¿El personal cuenta con los recursos materiales suficientes para llevar a cabo su trabajo?	4	18	33	56	79
03	¿El personal le informa adecuadamente de los servicios que ofrecen?	18	37	63	49	23
04	¿Considera que el personal que lo atendió le inspira confianza y muestra buena disposición para atenderlo?	13	23	36	69	49
05	¿El personal que lo atendió se expresa en un lenguaje comprensible que usted pueda entender?	4	9	37	77	63
06	¿El personal que lo atendió muestra un trato respetuoso hacia su persona?	0	3	12	82	93
07	¿El personal que lo atendió se muestra dispuesto a ayudarle con la gestión que usted está realizando?	12	37	39	50	52
08	¿El personal muestra un trato cordial y amable en la atención al usuario?	1	4	31	63	91
09	¿Los trabajadores muestran que están preparados para solucionar situaciones de conflictos que puedan surgir con los usuarios?	17	37	54	49	33
10	¿El personal le da una imagen de honestidad y confianza?	0	11	32	78	69
11	¿El personal que lo atendió muestra que está suficientemente preparado para desempeñarse en el cargo que ocupa?	13	27	63	46	41
12	¿El personal que lo atendió muestra dominio en su puesto de trabajo?	10	30	71	45	34
13	¿Se resuelve o se prioriza la necesidad solicitada por usted?	16	49	51	42	32

ESCALA	DESCRIPCION
1	Siempre
2	Casi siempre
3	Algunas Veces
4	Casi nunca
5	Nunca

IBM SPSS Software Ver. 23

Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
P1	Numérico	8	0	¿El personal realiza el servicio solicitado en...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
P2	Numérico	8	0	¿El personal cuenta con los recursos materi...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
P3	Numérico	8	0	¿El personal le informa adecuadamente de l...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
P4	Numérico	8	0	¿Considera que el personal que lo atendió le...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
P5	Numérico	8	0	¿El personal que lo atendió se expresa ...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
P6	Numérico	8	0	¿El personal que lo atendió muestra un trato...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
P7	Numérico	8	0	¿El personal que lo atendió se muestra disp...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
P8	Numérico	8	0	¿El personal muestra un trato cordial y ama...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
P9	Numérico	8	0	¿Los trabajadores muestran que están prepa...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
P10	Numérico	8	0	¿El personal le da una imagen de honestida...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
P11	Numérico	8	0	¿El personal que lo atendió muestra que est...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
P12	Numérico	8	0	¿El personal que lo atendió muestra dominio...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
P13	Numérico	8	0	¿Se resuelve o se prioriza la necesidad sol...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
P14	Numérico	8	0	¿Se han solucionado satisfactoriamente t...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
P15	Numérico	8	0	¿La prestación del servicio en la SUNARP s...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
P16	Numérico	8	0	¿El servicio que recibe le parece el adecuad...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
P17	Numérico	8	0	¿Considera que su solicitud ha sido atendida...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
P18	Numérico	8	0	¿El servicio otorgado cumplió con las necesi...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
P19	Numérico	8	0	¿El personal que labora en la municipalidad...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
P20	Numérico	8	0	¿Encuentras mejores soluciones a tus neces...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
D1V1	Numérico	8	0		Ninguno	Ninguno	8	Centrado	Nominal	Entrada
V1	Numérico	8	0		Ninguno	Ninguno	8	Centrado	Escala	Entrada
V1AGRUP	Numérico	5	0	V1 (agrupado)	(1, BAJO)...	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada

Anexo N° 05. Panel fotográfico

