



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN GESTIÓN
PÚBLICA**

**Calidad de servicio y publicidad registral en los usuarios de
la SUNARP- Oficina registral de Casma, 2022.**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestra en Gestión Pública

AUTORA:

Castro Flores, Noemi Rosario (ORCID: 0000-0003-1424-2812)

ASESOR:

Mg. Fiestas Flores, Roberto Carlos (ORCID: 0000-0002-5582-0124)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Políticas Publicas

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Fortalecimiento de la democracia, liderazgo y ciudadanía

CHIMBOTE — PERÚ
2022

DEDICATORIA

A la memoria de mi amado padre Carlos, mis hermanos Augusto y David: quien desde el cielo me guían y me iluminan en mi camino.

A mi madre Adriana: a la mujer que día me acompaña en mi vida, a ella mi gratitud infinita.

A mis hermanas Elena y Yudith: A quienes con sus consejos y apoyo incondicional me han alentado a desarrollar la presente maestría.

A mi pareja Wilson:
Por su paciencia y comprensión por darme fuerzas día a día para mi desenvolvimiento personal

Noemi Rosario Castro Flores

AGRADECIMIENTO

A Dios:

Por ser el inspirador y darme fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de mis anhelos más deseados.

A la Universidad Cesar Vallejo

Por darme la oportunidad en su prestigiosa casa de estudios y alcanzar mi objetivo profesional.

Al Asesor:

Mg. Roberto Carlos Fiestas Flores por su paciencia y asesoría para la culminación de la presente investigación.

Noemi Rosario Castro Flores

ÍNDICE DE CONTENIDOS

	Pág.
Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos	iii
Índice de tablas	iv
Índice de gráficos y figuras	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	6
III. METODOLOGÍA	19
3.1. Tipo y diseño de investigación	19
3.2. Variables y operacionalización.....	20
3.3.Población, muestra y muestreo.....	21
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	22
3.5. Procedimiento.....	23
3.6. Método de análisis de datos	23
3.7. Aspectos éticos	24
IV. RESULTADOS	25
V.DISCUSIÓN	34
VI. CONCLUSIONES	40
VII. RECOMENDACIONES.....	43
REFERENCIAS.....	44
ANEXOS	52

Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1.....	24
Tabla 2.....	25
Tabla 3.....	26
Tabla 4.....	26
Tabla 5.....	28
Tabla 6.....	29
Tabla 7.....	29
Tabla 8.....	30
Tabla 9.....	31
Tabla 10.....	31
Tabla 11.....	32
Tabla 12.....	32
Tabla 13.....	33
Tabla 14.....	34

RESUMEN

La presente investigación ha tenido por objetivo determinar la relación entre la calidad de servicio y publicidad registral en los usuarios de la SUNARP- oficina registral de Casma, 2022. El estudio se ha realizado a partir del marco teórico de la problemática y sus variables, orientándose a conocer la conexión de las mismas, para lo cual la investigación se ha elaborado bajo la metodología descriptiva– correlacional, de diseño no experimental, permitiéndose de esta manera describir, analizar y correlacionar la realidad problemática sobre la Calidad de servicio y publicidad registral en los usuarios de la SUNARP- oficina registral de Casma, 2022. Asimismo, se ha tenido una muestra de 332 usuarios de la entidad, aplicándose la encuesta como instrumento, cuyo resultado se obtuvo que existe una se observa una correlación negativa muy fuerte (-0.194) entre las variables calidad de servicio y publicidad registral, además el p-valor es 0. 000 menor que 0.01, es decir se rechaza la hipótesis nula, por lo que, no existe correlación alguna entre las variables calidad de servicio y publicidad registral al nivel de 0.01, es decir a mayor puntuación en calidad de servicio, menor puntuación en publicidad registral o, a menor puntuación en publicidad registral, mayor puntuación en calidad de servicio.

Palabras clave: Calidad de Servicio, publicidad registral, satisfacción

ABSTRACT

The objective of this research has been to determine the relationship between the quality of service and registry publicity in the users of the SUNARP-Casma registry office, 2022. The study has been carried out from the theoretical framework of the problem and its variables, oriented to know the connection of the same, for which the investigation has been elaborated under the descriptive-correlational methodology, of non-experimental design, thus allowing to describe, analyze and correlate the problematic reality on the Quality of service and registry publicity in the users of the SUNARP-Casma registry office, 2022. Likewise, there has been a sample of 332 users of the entity, applying the survey as an instrument, the result of which was obtained that there is a very strong negative correlation (-0.194) between the variables quality of service and registration advertising, in addition the p-value is 0.000 less than 0.01, that is, hypothesis n is rejected ula, therefore, there is no correlation between the variables quality of service and registry advertising at the level of 0.01, that is, the higher the score in quality of service, the lower the score in registry advertising or, the lower the score in registry advertising, the higher the score. in quality of service.

Keywords: Quality of Service, registration publicity, satisfaction

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente se han presentado diversas dificultades para hacer que la autoridad pública se desenvuelva con empeño, sensatez, innovación de cambio e interés general, sin embargo en el enfoque mundial es dar referencia a los entes que administran un bien común en el sector público, pues desde el principio con la revolución industrial en Europa, a estos precursores se le llamaron rectores de la Administración Pública tales como: Leonrard D., Jhon Gaus, Dunsire (1995), indica que la Administrated Theory in the 1980, mencionan acerca de la disciplina que se ha extendido en su totalidad desde Europa hacia Estados Unidos, por tal razón reúne las condiciones para calificarlo como el Derecho general, que normaliza las acciones realizados por los gestores estatales sostenidos por el nexo que existe entre las entidades, los ciudadanos o empresas particulares.

Por medio de RankinCAD - Ipsos Perú (2013), se realizó una encuesta con el propósito de apoyar a las averiguaciones que hacen los ciudadanos cuando se les brinda un servicio y así también llegar a un mejor entendimiento hacia el público en general. Hay muchas razones para pensar que se debe hacer una exhaustiva búsqueda al trabajo diario de los empleados en la organización. Además, esto va a contribuir y rescatar los valores humanos ya perdidos por falta de empatía, solidaridad, seguridad, capacidad de respuesta, transparencia, humildad, paciencia, y honestidad. Estos resultados han sido analizados, para llevar a cabo principalmente a la atención del personal, se localizó que un poblador invierte alrededor de 01 hora y 45 min para hacer una tramitación en cualquier organización pública, y las municipalidades de los distritos de Callao y Lima ofrecen el menudo periodo referente al retraso de una diligencia (01 hora y 10 min.). Además, 24% de la concurrencia en los usuarios solo llevan a cabo un asesoramiento (indicaciones), de tal manera que se debe tener cuenta que estas entrevistas sirven para que la muchedumbre se pueda familiarizar y hasta llegar a capacitarse con los sistemas informáticos o estadísticos, pues así lograrán que sus trámites se vuelvan más fáciles y alcance de ellos y que no hagan grandes colas para tener una entrevista con ellos por una posible demora en su atención.

Asimismo, Lizarzaburu (2016) en la Revista científica menciona que el Perú pertenece a los territorios, con mucho menos cantidad de organizaciones autorizadas para rendir servicio [Indecopi], 2012a. Por el año del 2013, el territorio reportaba con cerca de 1.200 organizaciones certificadas ISO 9001 (Centro de Desarrollo Industrial [CDI], 2013), unas doscientas más que la temporada anterior (Indecopi, 2012a). Esto quiere decir que de las 1.713.272 organizaciones halladas (Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI], 2013), solamente estaban certificadas, aquellas que no tenían observaciones ni mucho menos negligencias que puedan afectar a las organizaciones en cuestión. No obstante, es necesario seguir con las indicaciones que tienen estas organizaciones para lograr una mejora en la calidad de servicio y promover una debida información más exacta y transparente.

Así pues, Rojas (2015) en la Revista Digital de Derecho Administrativo, señala que: en el ámbito territorial la función pública es regularizada por la Ley N° 27444, puesto que la mayoría de las entidades se basan en su Texto Único de Procedimientos Administrativos, por consiguiente, se ofrece que, frente al nivel de descargo en los clientes, y de la misma manera queda como un asunto específico con la PCM. Luego de la información y realización de la “calidad de servicio”, se recurrirá a distintas normas que el Estado opta en base a la solicitud que hacen los usuarios/administrados, donde se van a producir cambios hacia la modernidad y gestiones que serán realizadas por los servidores públicos, especialmente a los servidores en los registros públicos que brindan el interés a los usuarios/administrados que acuden por vía de las Notarías Públicas o expresamente por los administrados en la que se solicitaran servicios que busquen el acceso al registro de títulos válidos y perfectos, estos actos son netamente de publicidad registral e inscribibles a través de la búsqueda de propiedades inmuebles, muebles, de personas naturales a jurídicas o al contrario, título archivado, mandatos y poderes de personas naturales, certificados negativos, positivos, búsquedas registrales, entre otros que sean materia registral.

Según el diario Perú 21 (2018), señala que: en los establecimientos públicos demora 4 horas. Los organismos del Estado no están interesados en brindar

servicios públicos, los procedimientos no están actualizados, la modernización administrativa es lenta, muchos funcionarios aún no son conscientes de que los ciudadanos son sus clientes, lo que genera malestar, frustración y pérdida de confianza en los usuarios.

Por otra parte, en la Ley Marco de la Gestión Pública N° 27658-2002, por lo que se deroga el D.L. 834, las cuales se explican de la siguiente manera: primero: en el que medie conciencia e emancipación de los registradores y el convenio que se vincula con el comienzo de uniformidad de los sujetos registrales, basándose a los principios de publicidad formal y legalidad; segundo: Que el usuario tenga extensión e investigación adecuada de los asuntos registrales en la entidad registral, y que la intervención registral entre usuarios y registros públicos donde asegure el amparo efectivo a corto plazo, no obstante hay demora en los plazos que son de 15 días a más, tal es así que estas deficiencias y reclamos de los usuarios no están cubriendo las necesidades, los cuales son hechas por los servidores públicos en Sunarp.

Novoa, (2018), sustenta que: en América latina cuando transcurre la hora en que los ciudadanos hacen su tramitación se dan muchas desventajas y problemas que se encuentran ligados a una inadecuada atención y la deficiencia de accesibilidad de los medios tecnológicos, por tal motivo hay lugares menos apropiados, que tienen un menor acceso a recursos financieros, y lograr un registro para su propiedad inmueble o mueble donde no se van a dar un mejor desarrollo socioeconómico (p. 34, 35).

También Lazarte, (2018) sostiene que: en el entorno institucional la SUNARP, es un organismo del Estado peruano que practica con base a políticas y reglas técnica – registrales de los registros públicos con la exclusiva finalidad de producir formalidad en la publicidad registral y en los actos inscribibles, debido a que según evidencias no se está actuando con una buena atención, sino más bien se sigue dando la burocracia y la corrupción. De manera, no hay un sistema claro y preciso donde nos posibilite remover estas informalidades y reestablecer los mecanismos de transparencia, totalidad, prevención y batalla contra la corrupción.

Sin embargo, Rimascca (2015), resalta que: el impacto, ofreciéndoles estabilidad e inclusive perjudica a los demás actos públicos registrales. Asimismo, Fija que la publicidad material tiene 2 puntos, positiva y negativamente, de esta forma el primero de ellos, apunta que toma la manera de premisa, y la otra que no admite presunción alguna sino más bien que asegura o certifica.

En síntesis, la publicidad se precisa en dos formas: por lo que la publicidad material y publicidad formal, ambas están respaldadas en el reglamento registral público.

La Sunarp- Oficina registral de Casma, se encuentra en el distrito y provincia de Casma, Departamento de Ancash, es una la Oficina Registral de Casma dentro del Distrito Registral N°. VII - Sede Huaraz inició su funcionamiento en octubre de 1997, prestando hasta el momento los servicios de inscripción y publicidad del registro en locales alquilados pertenecientes a la comuna de la provincia de Casma, por supuesto con bajos recursos y sin comodidades que sirvan para garantizar el buen servicio al usuario, y por ende beneficiar directamente a miles de habitantes de las zonas de Buena Vista Alta, Comandante Noel y Yautan en la Provincia de Casma y Distritos de Culebras, Kochapeti, Wayan y Malvas en la Provincia de Huarmey, Provincias Costeras de Ancash. Por tal motivo son aproximadamente 200 usuarios, pues la Oficina de Registros Públicos tiene un promedio de 40 usuarios por día.

En la investigación se enuncia el problema de investigación: ¿Qué relación existe entre la calidad de servicio y la publicidad registral en los usuarios de la SUNARP- Oficina registral de Casma, 2022?

En relevancia social, este estudio coopera a optimizar por parte de la atención de los empleados hacia los usuarios de una forma eficiente, eficaz y llevar a cabo a un desarrollo satisfactorio en las actividades de la organización a lo largo del estado de emergencia.

En la utilidad metodológica, la investigación refuerza las bases teóricas de las variables, para próximos estudios que sostengan un propio tema.

Se fijan las siguientes hipótesis:

Hi: Existe relación significativa entre la calidad de servicio y publicidad registral en los usuarios de la SUNARP- oficina registral de Casma, 2022.

Ho: No existe relación entre la calidad de servicio y publicidad registral en los usuarios de la SUNARP- oficina registral de Casma, 2022.

Objetivo General: Determinar la relación entre la calidad de servicio y publicidad registral en los usuarios de la SUNARP- oficina registral de Casma, 2022.

Objetivos Específicos:

Determinar el nivel de la calidad de servicio en los usuarios de la SUNARP-Oficina registral de Casma, 2022.

Determinar el nivel la calidad de servicio en los usuarios de la SUNARP-Oficina registral de Casma, 2022.

Determinarla relación entre las dimensiones de la calidad de servicio y la publicidad registral en los usuarios de la SUNARP-Oficina registral de Casma, 2022.

II. MARCO TEÓRICO

Para comenzar se ha considerado los siguientes antecedentes de estudio referente a la calidad de servicio y publicidad registral.

En tal sentido la calidad de servicio según Sarmiento y Paredes (2019), sustentó que existe un propósito de la calidad del servicio con los elementos de dominio, compromiso, apoyo y evaluación a los usuarios. Luego se utilizó una escala ordinal de quinto grado. El resultado obtenido es de 3,54 para todo el servidor, lo que indica que existe cooperación con el usuario. 3.45 es un servidor en desventaja administrativa debido a la falta de liderazgo. Por tal motivo, los autores concluyen que la calidad se transmite a todos los empleados y que es necesario implementar estrategias para permitir la evolución de una cultura basada en el entorno - relevancia de ser empleada con la ayuda de sistemas informáticos, por lo que facilita y posibilita coordinaciones entre empleados y usuarios que van a generar un servicio en la misma organización. Asimismo, esto conlleva a que hay una mejor competitividad y de tal manera que los tramites saldrán en muy poco tiempo, de manera que estos cambios digitales van a evolucionar, garantizar y contribuir muchos mejores programas o plataformas que apoyen y realcen las tramitaciones en las organizaciones registrales y otras más, y también con lo que se va a contar es aptitudes y entendimiento rápido y continuo con tareas realizadas desde los empleados hacia los usuarios. Estos adelantos tecnológicos han generado mejor semblante y visibilidad ante los ciudadanos, que cada vez tienen menos incertidumbre de lo que hacen sus trámites, Por lo cual han regresado diversas plataformas necesarias dentro de estas organizaciones. Para esto hay una correlación directa entre los resultados, por lo que fue esta población de 750 pobladores y tomando como muestra a 255. Además, se logró establecer un valor de significación bilateral y es menor que 0.05, al mismo tiempo la calidad de servicio se extendió en un nivel bueno de 33.3% y un 65.9% manifiestan que es regular. De igual forma, Mosqueira (2020), se basa a los estudios metodológicos contemplaron una perspectiva cantidad, el diseño descriptivo correlacionado. Sin embargo, para obtener la calidad de servicio, cultura organizacional e información, utilizaron como método las encuestas, con una muestra de 210, dirigida a personal

administrativo y estudiantes. Además, los investigadores utilizaron el Alfa de Cronbach para averiguar la exactitud del dispositivo. Estos resultados indagados son el 53,3% de los empleados de la instalación que alcanzaron un valor de calidad de servicio moderado, mientras que el 31,9% se ubicó en un valor escaso y el 14,8% en un valor de prestación elevado. Además, los autores del estudio encontraron que los factores que causaron niveles bajos y medios de calidad del servicio fueron la falta de plazos. Por otra parte, hay una cultura organizacional que tiene una ascendencia en la calidad del servicio. Entre tanto, recomendaron que los departamentos administrativos y responsables, con la participación de todos los empleados del área de gestión, aboguen por el cambio de cultura organizacional.

Urrueta (2022), en su trabajo de investigación sostuvo el de esclarecer la correlación entre la calidad de atención y el proceso de certificación de títulos en la Zona Registral III Moyobamba 2021. De tal manera, que se da un anteproyecto esencial, no positivo, transversal, representativo correlacional sobre la población de 376, una muestra de 155. De modo que, el procedimiento de recaudación de antecedentes fue una encuesta y un cuestionario como medio. Teniendo en cuenta que, los resultados revelaron que el 47% tenía una calidad de atención media y el 47% tenía un proceso de certificación de título medio. Concluimos que es muy alta) y $p\text{-value } 0.000$ ($p\text{-value} \leq 0.01$) tienen una asociación con los procesos de certificación en títulos. Esto indica que, a mayor calidad de atención, mejor será el proceso de certificación de títulos.

Sáez y Urdaneta (2019) sostiene: Utilizar dimensiones que pueden medir o evaluar la calidad que percibe un usuario o cliente de un servicio. De igual forma se prioriza como base al equipo de investigación del diseño Servperf. No obstante, la confiabilidad de equipo tiene el porcentaje de 0.845 en 4 categorías. Para lo cual se encontraron a un equipo que era discriminatorio. Luego, los autores concluyen que la percepción es un promedio de afirmación donde sirve para certificar la empatía y cortesía de un promedio de 2,29 y la que conlleva a que el servicio es de gran calidad.

Según Palomino et al. (2021) define que para establecer relaciones se den los servicios administrativos. Debido a esto el estudio procedió al enfoque cuantitativo. Es necesario resaltar que hay un método utilizado en forma deductiva virtual y, según está correlacionado lateralmente. Esta encuesta tuvo la población 882 y la muestra de 268 usuarios. Con un 4,9, los encuestados afirman que son buenas las prestaciones de servicio. Después los encuestados piensan que el compromiso social y calidad de servicio de su universidad viene a hacer mala. Los autores del estudio concluyeron que, a mayor nivel de calidad de los servicios de gestión, mayor responsabilidad social de la universidad cuando existe relación entre las variables de investigación.

Igualmente, Bustamante et al. (2020) sostiene: en su publicación una encuesta de calidad de servicio en identificar dimensiones que se dan para un proveedor. Este estudio es de forma descriptiva, de corte transversal y para la recolección de datos se utilizó el cálculo, muestreo probabilístico, estuvo dirigido y estuvo conformado por 533 habitantes de la zona antes mencionada. Un total de 86,3% de los encuestados (hombres y mujeres) están satisfechos con los servicios prestados por las instituciones públicas. Según la encuesta, los servicios generales que brinda esta ciudad ecuatoriana están calificados a brindar una eficaz y detallada calidad de servicio para el paciente/usuario. que este contenido se satisface positivamente.

Ballesteros (2016) en su estudio de investigación referencia sobre el periodo para consultas médicas en Argentina. Por lo cual utilizaron como fuente de información la Encuesta de Deuda Social Argentina. Dado que la muestra fue una muestra estocástica, consistió en un total de 5.689 hogares. El 45 % de la población lleva más de una hora esperando atención, y el 44% de la población cubre la seguridad social frente al 28 de la población, que de alguna manera puede pagar la atención, y finalmente resulta que el 61 de la población tiene primaria incompleta, asiste a la escuela y espera más de una hora para visitar. Los autores concluyen que existen factores socioeconómicos, la naturaleza del tamaño y la ubicación de la población, la desigualdad en los tiempos de espera médica, la discriminación contra los residentes de bajos ingresos y el apoyo a los grupos de clase alta.

Zivkovic, Glogovac y Kovacevic (2019), sostuvo que: se van a presentar las cualidades de la calidad del servicio municipal, sobre los puntos de vista de los pobladores ya que ellos son los que van a relacionarse a través de: los recursos tangibles, la confiabilidad, entre otros, además esto se toma en cuenta con el fin de sobresalir con nuevos sistemas del uso tecnológico. Asimismo, hay una innovación y concientización de estas organizaciones, ya que quieren lograr el cambio y que no haya necesidades por parte de los pobladores. De igual modo se garantiza una proyección de recursos presupuestarios para tener una infraestructura adecuada donde se cuente con empleados comprometidos a trabajar en equipo y con un asesoramiento debidamente personalizado hacia la ciudadanía.

Además, Zeithaml, Parasuraman, y Berry (2003) citado por Hennayake (2017) considera que la Seguridad del servicio se relaciona con la aptitud de la organización que decide el servicio para llevar a la práctica beneficiándose independientemente de algún riesgo. Además, debido a que todas las probabilidades implicadas con la atención que dan los empleados, éstas se motivan a que el ciudadano tenga la certeza y creencia, que brindan a éste, la tranquilidad necesaria para obtener el goce del servicio.

Según Deshpande, Sharma, Peddoju, & Abraham (2018) la seguridad del servicio asegura la exactitud y determinación para resguardar la información de los usuarios. Es muy notable que en muchos casos de tramitaciones registrales se visualice un acercamiento de las habilidades de convencimiento que empleen los gestores del servicio, por lo que ellos tienen que saber sobrellevar de forma atenta y solidaria, pues así permite crear un entorno estable entre la mayoría de usuarios.

De este modo, Taherdoost (2017) sostiene que: la seguridad del servicio tiene su impacto sobre la calidad en la exactitud y determinación, a mayor percepción de seguridad brindará como solución una mejor percepción de calidad de atención. Por lo tanto, la capacidad de respuesta, manifiesta que se tiene una habilidad de respuesta urgente ante dificultades para brindar el servicio. Por esta razón estas

preferencias en observaciones se pueden solucionar de forma acertada, sin dañar a la ciudadanía, que la Empatía, se manifiesta con la ciudadanía con el pacto de carácter personal y calidad de la organización que ofrezca el servicio. Reconoce todos los comportamientos que tiene el empleado para aportar un servicio personalizado. También estas conductas conducen hacia el asertividad, capacidad de servicio, proactividad, y tener una posición asertiva ante a los imprevistos

Estrada (2019), sustentó diversas dificultades de una política de calidad de servicio, por lo que llevándose a investigación existen mejoras internas de las políticas al acceso de la población, siempre y cuando la organización este presta a la iniciativa del cambio, pues es así que, promoviendo diferentes estilos de programas, seguimiento de tramites más ágiles, eficientes, y que además los empleados sean capaces de transmitir confianza, orientándoles de forma servicial todos los trámites que se dan dentro de dicha organización. Por consiguiente, es una facultad muy importante que cada ciudadano que ingrese debe estar totalmente informado y que tenga a la vista la lista de todos los precios y/o tasas, también se debe organizar e indicar a los usuarios en que zona van hacer su diligencia y con esto van a hacer una mejoría sobre la reducción de tiempo de espera en caja y demás zonas. Dicho sea de paso, que a su vez se destacó la demostración que hay una correlación de nivel alto entre estas variables de estudio, y que este valor es positivamente significativo.

Después de haber realizado una síntesis de los antecedentes más importantes de la calidad de servicio, proseguimos con las teorías y dimensiones de la calidad de servicio.

Deming (1989), sostiene que: Calidad es sustancial por lo que se deduce a necesidades futuras con cualidades medibles, y que un producto es netamente diseñado para ser fabricado porque desde luego va a complacer a un buen precio que el cliente pagara por tenerlo o adquirirlo. A su vez esto va a fomentar logros y ganancias para el que vende dicho producto.

Juran (1990) resalta: que hay diversos significados de calidad de servicio y eso abarca a dos razones: una que destaca por las cualidades que se dan dentro de un producto que van a ser orientadas y perfeccionadas para las necesidades de los pobladores o usuarios que buscan sus fines propios que van a ser satisfechos al obtenerlo, y posteriormente otra que consiste en que hay contestos de tener libertades de respuestas con las deficiencias encontradas con un seguimiento de como el producto va cambiando en diferentes situaciones que se dan en el tiempo. Ishikawa (1986) afirma que la calidad significa que hay averiguaciones durante el procedimiento y establecimiento del producto, la mano de obra que se va a conseguir durante el inicio y fin del producto, además para esto la organización va a estar bajo normas, que desde luego tendrán objetivos de que es lo que busca esta organización para afianzar promover y modernizar su calidad de servicio.

Crosby (1988) sostiene que: Calidad es semejanza con las exigencias que se encuentran establecidas para no incurrir en errores o dificultades que se susciten en el trámite que van a desempeñar los asesores atención con los usuarios, hay muchas razones que se manifiestan sobre la carencia de calidad en las organizaciones, ya que hay personas que dan su punto de vista en forma negativa y es aquí donde surgen factores de riesgo que son distorsionados, por lo que a veces se suma que es la misma organización quien no da intenciones de innovación o progreso.

Imai (1998 p. 10) destaca que: la calidad está comprendida en la relación que se producen entre el producto o los servicios, que van a determinarse mediante posibles actividades de surgimiento, conservación, planificación, financiamiento adecuada organización más profunda y un seguimiento de adelantos tecnológicos que sirvan para la organización y así establecerse como un ente con dirección y organizado, para que después tenga un fin sostenible.

Bou (1997, p. 251) acentúa que: Existen una variedad de procesos de medición en la calidad de servicio, y por lo que se encuentran establecidas las dimensiones que van apoyar y sostener una respuesta en la evaluación de las personas, y que estás

van a direccionar un oportuno juicio, así es que en dichas dimensiones al ser utilizadas se van a originar comparaciones y distintas respuestas con respecto a los individuos y desiguales objetos. Dentro de estas se destacan las siguientes: el desempeño, cualidades o características, confiabilidad, apego, aspectos del servicio (aquí se encuentran los valores que se deben de cultivar en el personal de la organización que son: rapidez, competencia, cortesía y facilidad de resolver contratiempos.

Desde una perspectiva pragmática, Druker (1990, p. 41) implanta: cinco niveles de calidad de servicio que van a ser orientadas para mejorar e innovar criterios al momento de dar la atención a la ciudadanía, estas son las siguientes:

Fiabilidad: Es la competencia que utiliza una organización para establecer y ofrecer confianza hacia la persona que se sitúa delante de los que están atendiendo el servicio público sobre un pedido o solicitud realizada, para esto los profesionales de esta organización lo van a realizar en forma concreta y correcta desde el inicio que prestan asistencia.

Seguridad: Es el afecto que tiene el usuario cuando da de conocimiento sobre sus problemas y los impedimentos por parte de terceros que están transgrediendo sus facultades, perjudicando la mayoría de veces su integridad, por lo que los empleados de la organización deben dar credibilidad, honestidad y probabilidades de que su trámite va a continuar por un buen camino, ya que el tan solo hecho de no manifestarles nada, ellos tienen incertidumbre y preocupación por el posible desinterés de su solicitud.

Capacidad de respuesta: Se relaciona con las actitudes de muestra para apoyar a los pobladores y proporcionar un servicio ágil y dinámico; tanto implica mucho el compromiso que esto se llegue a cumplir porque esto va a generar un buen desarrollo para quienes se encuentran dentro de la organización y para los demás solicitantes.

Empatía: Tiene acepción sobre las disposiciones y normas de la organización para aportar a los pobladores con mucho cuidado y una debida atención personalizada, porque es necesario de tener habilidad y considerar que ponerse en lugar de ellos

implica escuchar y discernir los problemas y también las emociones que arraiguen en el momento de dar la información requerida por las personas interesadas.

Conforme a, Cypress (2017) recalca que: Para tener confiabilidad se debe hacer referencia a un compromiso, entusiasmo, carisma, y atención de forma personal, y que a través de eso hace que cada persona se lleve una imagen de un asesoramiento implacable y transparente por parte de los equipos de trabajo de dicha organización, sin estar supeditado por la duración de lo solicitado o lugar donde se encuentre lo solicitado.

Según Tonini, Shoemaker, Petrasova, Harmon, Petras, Cobb, Mitsova y Meentemeyer (2017) sostienen que: una de las dimensiones de la calidad de servicio son los Elementos tangibles, que van a hacer los medios y espacios físicos que van a dar viabilidad a los avisos de información de los empleados de la organización dirigidos a los ciudadanos, que por tal motivo van a innovar con el consentimiento a un desarrollo continuo donde se persiga medidas propias con los fines de contribuir en la motivación, responsabilidad, integridad. paciencia y colaboración por medio de los usuarios y la organización.

También, Shalawadi, Alnayef, Berkel, Kjeldskov, and Echtler (2021) manifiestan que: es primordial lo tangible porque utilizando estos bienes e instrumentos, los usuarios van a ser facultados y considerados para una adecuada conservación sobre orientaciones en la atención, por lo cual se los ayudará a concretar con una efectiva comodidad y acertada información, asimismo esto conlleva a que estén en un buen ambiente.

Además, Zeithaml, Parasuraman, y Berry (2003) citado por Hennayake (2017) se refiere: que es relevante la confiabilidad que se produce por los asesores de atención, ya que con una efectiva información va a tener un mejor discernimiento, pues el ser cortés logra mucha credibilidad en los usuarios, ya que hay mayor destreza para desempeñar un servicio con capacitaciones, dedicación, tolerancia y

responsabilidad con plazos y tiempos determinados, que son hechos por los organizadores y la población.

Luego, se ha examinado los siguientes antecedentes de la variable publicidad registral:

Valera (2019), sustentó que: la publicidad registral va a ser muestra indiscutiblemente para que los terceros se beneficien con el entendimiento de los argumentos que van a ser detallados en los asientos registrales, también, esto quiere decir que van a ser asistidos con la debida confianza, a fin de ser protegidos los diversos actos, y a su vez promocionar el tráfico legal. De esta manera los usuarios podrán ser participes de pactar, con pleno juicio valido, pues con respaldar las facultades conferidas con un debido procedimiento de certeza legal. En este estudio se determinó como población a 24 trabajadores de la organización, y se concluye que existe la correlación significativa, por lo que se demuestra que hay una correlación entre las dos variables distinta de cero.

Cosavalente (2020), Según esta tesis se enfoca a mejorar la publicidad registral abarcando para esto tanto la publicidad formal, material; así como también las sucesivas traslaciones de dominio lo cual no permitirá la generación del tipo legal de a las malversaciones inmobiliarias. Asimismo, se hace referencia al manejo de documentos adulterados, de la misma manera la alteración de la comuna y lo más importante se contraviene la buena fe registral. De esta manera, para que esto resulte se debe hacer una programación donde se supervisen todo tipo de acuerdos o actos establecidos en la organización, y a su vez este dudoso origen se controlaría rápidamente y por supuesto llegar a inmovilizar todo mala diligencia. Para este estudio se ha tenido en cuenta a una población de 68 usuarios; y por lo cual se concluyó que el nivel es de significancia bilateral entre ambas correlaciones. En síntesis, se tiene que reestablecer la publicidad en sus medidas: publicidad formal, publicidad material, tracto sucesivo y todo lo referente a lo inmobiliario.

Barboza (2021) indica que: en todos los actos registrales que incurran vacíos o ambigüedades sobre un trámite o acto antijurídico, se puede hacer un contrato con un notario, para poder cerciorarse la identidad efectiva del vendedor o comprador según sea el caso conveniente, luego confirmar si se ha utilizado una búsqueda nacional o local para visualizar si tiene cargas o no el inmueble, y por último revisar minuciosamente cada cláusula del contrato que se ha pactado en ambas partes y que este conlleve al pago o depósito en cuenta bancaria conforme a las condiciones establecidas.

Cornejo (2020), señala que: se puede abordar la incógnita de que en estos tiempos Es primordial el fortalecer la política de dato abierto, contando muy equitativamente con la prestación de Publicidad registral, donde cada diligencia del usuario sea hecha de forma clara y determinada, Por lo que toda organización y sus empleados deben tomar decisiones racionales, esto es, que el actuar de su comportamiento va a traer beneficios hacia los usuarios ya que van a indagar y es ahí donde se dan las facilidades sin interrupciones de los hechos registrales, que tal cual van a estar complementados en una estructuración presencial o virtual.

Boulangger (2017), sostiene que: en tiempos pasados la información ha sido establecida como un hecho público, ya que cuenta con varios registros para cada persona que tramite una acción registral, pero también hay ciertas situaciones que se presentan en el momento porque no se puede transgredir ni mucho menos vulnerar que eso sea en forma particular o que este en juego la dignidad de la persona, es decir, esto perjudica directa o indirectamente. De tal manera, antes se debe dar resguardo legal a la facultad de la intimidad, Además, este sistema público solo sería imprescindible para determinados asuntos y esto se concretará para el progreso personal de cada habitante a nivel interior. En tal sentido, se ha examinado la encuesta y se ha fijado una población de 10 colaboradores de la organización, y alcanzó el rechazo a la hipótesis nula.

Seguidamente, se han tomado en cuenta las siguientes teorías y dimensiones de la Publicidad registral:

Ramírez (2011, p.68) señala que: Para un registro público es necesario contar con los medios de publicidad apropiados para todas aquellas personas que buscan orientaciones sobre las adquisiciones de propiedades, tramites de poderes, entre otros actos publicitarios donde van a requerir de muchas modalidades de los actos jurídicos que se van a realizar en la organización con fines jurídicos y netamente validos en determinados hechos jurídicos relacionados con uno de los ciudadanos que va requerirlas.

Salgado (2014, p.67) indica que: Hay conductas, facultades y determinadas obligaciones dentro de la organización con destino a los usuarios, y por lo cual se tiene que obtener unas instrucciones necesarias por parte de los encargados o asesores de atención, para que la parte interesada acredite debidamente su solicitud con documentos y para que después en forma convincente lo que desde un principio requirió, llevándose consigo la legitimidad y veracidad de los instrumentos y /o actos públicos.

Sin embargo, Chico y Ortiz (2010) consideran que: existen en relación posturas reflejadas con los asesoramientos que van a dar dirección al mejor entendimiento de la muchedumbre, ya que estas no se van a dañar porque estarían conscientes del hecho, legalidad o pacto, además es necesario mencionar que la publicidad material abarca por determinadas y notables dimensiones, una que se destaca por ser verdadera la cual tiene y resalta a una figura encaminada a una pretensión, en tanto la segunda no pretende nada.

Cobas (2014, p.68), Indica sobre: dar origen a la organización pública en las acciones legales y que estas van a llevar consigo a una autonomía absoluta, sin embargo, se protege los efectos jurídicos sobre terceras personas sin nada de condicionamientos y malos entendidos de hechos que se susciten en el trayecto de las investigaciones públicas por parte de la pobladores organizados debidamente acreditados para continuar con sus acertadas participaciones y con intenciones de conseguir una tramitación vigente.

García (2014, p.258), apunta que: También en el conocimiento de la labor cumplida por la organización registral va a hacer dirigida por varias posturas jurídicas, con el solo objetivo que la ciudadanía tenga orientaciones particulares e independientes,

pues ahí recién se van a ver lo que es realmente el procedimiento sobre las solicitudes públicas y que también van a determinar acontecimientos de fluidez y discernimiento de las actuaciones normativas para continuar con la prevención y las disoluciones que se encuentren en el trayecto.

Desde luego, para Gonzales (2012, p. 123) que la publicidad registral es la facultad que se determina como unas normas publicitarias de entendimiento en determinados casos o acontecimientos jurídicos y constitucionales que facilitan el fortalecimiento en el tráfico comercial. Y, por ende, busca la participación competente y verídicas por parte de las organizaciones en dirección a nuevas tendencias e innovaciones para la obtención al mejor entendimiento y que se llevara a cabo una sensibilización sobre el tema a dichos asientos registrales.

Constitución del Perú (1,993) y del Código Civil (1,984) artículo 2,012 se prescriben: que se limita la norma sustantiva al establecer y objetan, que es examinado a fines que muchos manifiestan que es un principio legal – registral, que manifiestan un contenido legalizado y autenticado ya que no se acogen y no se argumenta opuestamente y tienen facultades para el acceso y discernimiento del asiento siempre que estén enmarcadas a lo establecido por las normas. Indudablemente estas respuestas van a contribuir con nuestras funciones constitucionales.

Desde un aspecto funcional, existen dos dimensiones de la publicidad registral, llamadas: Publicidad formal simple y Publicidad formal certificada.

Según el RSPR (2015) dispone que: en la Publicidad Formal Simple, se dan en un principio por el papel que influye la información en su asiento son realizadas con inscripciones registrales, igualmente, hay insuficiencias en las organizaciones, porque muchas de ellas no logran dar transparencia y mucho menos certificaciones formales, ya que con esto no se puede aseverar que hay plena confianza y legalidad en estos sistemas de difusiones registrales, para esto es imprescindible la planificación dirección, ordenar o delegar funciones de las actividades, coordinaciones y comunicaciones diarias en la organización. De igual forma, es muy importante encontrar estas cualidades en estos entes registrales, por lo que también se van adquirir que las acciones registrales se netamente reales y legítimas.

Por ende, la Publicidad Formal Certificada , conforme el RSPR (2015) preceptúa que: se le conocen a los actos lícitos que dan fe ante los argumentos legales, ante las diferentes indagaciones de un abogado que certifica los registros autorizados lo cual se encuentran asentados los archivos o antecedentes dentro de la organización, por tal motivo se deben cumplir y fundamentar este tipo de situaciones ya que son los resultados acerca de los pedidos de forma escrita o verbal ya que estos son de trámite acelerado por la organización hacia el solicitante o solicitantes

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1 Tipo de investigación: La investigación se desarrolló de tipo básica, dado que es un objetivo que no tiene una aplicación directa ya que está destinado únicamente a ampliar y profundizar la corriente de conocimiento científico existente sobre la realidad. Sus objetos de investigación son teorías científicas que analiza para mejorar su contenido. Carrasco, (2019).

3.1.2 Diseño de investigación:

La investigación empleó el diseño no experimental y se lleva a cabo cuando el investigador no está manipulando las variables para usar observaciones y estimaciones al considerar los eventos del entorno actual y el entorno actual (Hernández y Mendoza, 2018).

Así también, los mismos autores refieren en su texto al transversal donde permitió recolectar datos en un solo punto en el tiempo, en un momento oportuno, y una situación determinada, relevantes para el análisis.

Es correlacional al caso concreto, el objetivo es medir el grado de dependencia o correlación entre las variables denominadas calidad de servicio y publicidad registral en los usuarios (Hernández y Mendoza, 2018).

En tal sentido, para el diseño estudiado el diagrama de la investigación correlacional se representa de acuerdo con el siguiente esquema:

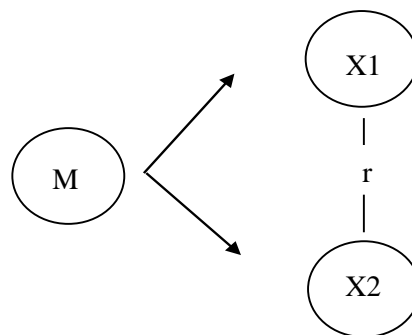


Figura 1: *Diseño de investigación*

Donde:

M = 332 los usuarios de la SUNARP-Oficina registral de Casma (2022).

X1 = Calidad de servicio

X2 = Publicidad registral

R = Relación entre la Calidad de Servicio y la Publicidad registral

3.2. Variables y operacionalización

Variables 1: Calidad de servicio

Definición conceptual: Está relacionado con las brechas que existen entre las expectativas y percepciones de los gerentes, empleados y usuarios, se lleva a cabo por medio del análisis de la brecha más importante: la del servicio. Puesto que ocurre que dichas expectativas de los usuarios se dan por el servicio y su apreciación de cuándo se va a entregar la información solicitada. Wellington, (1997).

Definición operacional: Esta variable de enfoque cuantitativo se midió mediante cuestionario: Elementos Tangibles, Capacidad de atención, Empatía, Fiabilidad y Seguridad.

Escala de medición: Ordinal

Variables 2: Publicidad registral

Definición conceptual: Es el medio organizacional donde se da conocer la publicidad en determinados actos o transacciones relacionados con la vida económica de una sociedad, por lo que debe ser catalogado como materia de derecho privado, pues se trata de situaciones de la vida propia de cualquier ciudadano, tales como son: comprar bienes inmuebles, constituir una sociedad comercial, entre otras. (González, 2014).

Definición operacional: Es la opinión de los usuarios cómo se está propagando la averiguación legal registral de acuerdo al cuestionario de preguntas.

Escala de medición: Ordinal

3.3. Población, muestra y muestreo

Población

Está formado por todas las unidades de investigación centradas en la investigación (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

De manera similar, una población es generalmente el conjunto general de factores o unidades de estudio considerados en un estudio (Salazar y Del Castillo, 2018).

La población está conformada en su totalidad por 2460 usuarios, quienes llegan a la SUNARP- oficina Registral de Casma. (2022).

- **Criterios de Inclusión:** Es disponer la respuesta de las preguntas del instrumento y conserven la relación de las labores en la organización el momento de utilizar los instrumentos.
- **Criterios de exclusión:** No se añadieron a los que se beneficien de descanso y/o permiso al instante de la entrega de la información.

Muestra

Según la investigación de Carrasco (2019), se refiere a: “Una parte o fragmento alternativo de una población cuyo principal carácter es la objetividad y el reflejo de sus unidades constituyentes, de modo que los resultados de la muestra obtenida puedan generalizarse con precisión, y por lo cual ha sido reconocido por todos sus componentes esta población.”

En esta muestra se empleó un subgrupo seleccionado de la población que es necesario para la simplificación y precisión del proceso de recopilación de información. En este estudio se utilizó una fórmula de muestreo para establecer un número menor de encuestados.

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

Donde:

n = Muestra de estudio

z = Nivel de confianza (1.96)

p = Proporción de éxito 0.5

q = Proporción de fracaso 0.5

e^2 = Margen de error o proporción 0.05 =5%

N =Población 332 usuarios de la SUNARP-Oficina registral de Casma.

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 2460}{0.05^2(2460 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

n= 332

Muestreo

De acuerdo con la encuesta, se dispone un muestreo probabilístico, debido a que todos los participantes de la población de intervención tienen la misma posibilidad de ser seleccionados dentro de la muestra, por lo que la selección de cada persona es aleatoria. Hernández, et al. (2014).

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

A razón de la técnica del estudio, se establece la denominada técnica de la encuesta.

Instrumento

Para el desarrollo de la técnica, se impulsa el desarrollo del cuestionario como instrumento, es por ello que la investigación dispondrá de dos cuestionarios tanto para calidad de servicio como para fidelización, concibiendo el siguiente detalle:

El cuestionario acerca de la calidad de servicio respecto al manual de buenas prácticas en dispensación, presenta 12 interrogantes basados en las dimensiones especificadas en la operacionalización, albergando una escala de medición ordinal representada por sus categorías Nunca, casi Nunca, a veces, casi siempre y siempre.

El cuestionario acerca de la publicidad registral presentó 13 interrogantes basados en las dimensiones especificadas en la operacionalización,

albergando una escala de medición ordinal representada por sus categorías Nunca, casi Nunca, a veces, casi siempre y siempre.

Validez: Dada la validez, se implementó un modelo de juicio de expertos, basado en la evaluación de 3 profesionales en el tema estudiado, quienes publicarán sus juicios a través de la consistencia de la matriz de validez.

Confiabilidad: Es la capacidad que tiene un instrumento para contribuir seguidamente con los semejantes resultados, por cada vez que se emplee la unidad de observación, de la misma forma, se hace referencia a las repetibles comprobaciones y la consistencia de los resultados obtenidos. Fuentes et al. (2020).

Por lo tanto, se empleó el procedimiento de Alfa de Cronbach (∞), instrumento consta de varios ítems; el cuestionario piloto fue aplicado a 332 usuarios con características similares al objeto del análisis.

Confiabilidad de los instrumentos

Calidad de servicio		Publicidad registral	
Alfa de Cronbach	N° de Elementos	Alfa de Cronbach	N° de Elementos
0.894	25	0.898	25

3.5. Procedimientos

El estudio de investigación está basado en utilizar métodos de análisis de datos con el uso de métodos y herramientas adecuadas manejadas en programa Excel, asegurando la estructuración y creación de bases de datos, así como el diseño de cuadros estadísticos relacionados con los resultados obtenidos durante el estudio.

3.6 Método de análisis de datos

El estudio continuó en la siguiente manera:

Descriptivo. El estudio se realizó analizando la información mediante interpretación de los datos mediante la tabla de resumen, donde se presenta la

distribución de los datos mediante una tabla de cuenta regresiva, así como un gráfico de columnas. La hipótesis se combina con estadísticas lógicas utilizando investigación analítica e integración de datos, así como procedimientos estadísticos como S.P.S.S. 27.0 y Excel, el coeficiente Rho de Spearman con su respectiva hipótesis, así como el nivel de significación teórico.

3.7 Aspectos éticos

En este contexto ético se realizó los siguientes criterios:

Se hizo salvaguardando, resguardando y acatando la propiedad intelectual, respecto a la investigación efectuada; además la información considera los puntos éticos fundamentales para su tratamiento. Hirsch (2019).

La investigación contó con el entendimiento y autorización de la jefatura de la SUNARP-Oficina registral de Casma.

No existió adulteración sobre las variables sujetas a estudio.

Esta información alcanzada se orientó únicamente a fines académicos.

Se instruyó el anonimato respectivo de todos los usuarios participantes entrevistados.

Se proporcionó el estudio en forma veraz y consistente con la forma en que fue encontrada en su contexto natural.

IV. RESULTADOS

Tabla 1

Prueba de normalidad de las puntuaciones de calidad de servicio y publicidad registral.

Variables	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl	p-valor
Calidad de servicio	.135	332	.000
Publicidad registral	.092	332	.000

Ho: Los datos tienden a una distribución normal

Ha: Los datos no tienden a una distribución normal.

En la tabla 1 se muestra el análisis de la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov cuyo resultado para las variables calidad de servicio y publicidad registral, tienen un p-valor de 0.000, siendo este menor que 0.05, por lo que se rechaza la hipótesis nula, por lo tanto, se indica que los datos de estas variables no tienden a una distribución normal. Es así que se utiliza el coeficiente de correlación rho de Spearman.

Tabla 2

Prueba de hipótesis de correlación entre calidad de servicio y publicidad registral

Rho de Spearman		Publicidad registral
	Coeficiente de correlación	0.724**
Calidad de servicio	p-valor	.000
	N	332

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

Ho: $\rho=0$ (No existe correlación entre calidad de servicio y publicidad registral)

Ha: $\rho\neq 0$ (Existe correlación entre calidad de servicio y publicidad registral)

En la tabla 2, se observa una correlación positiva fuerte (0.724) entre las variables calidad de servicio y publicidad registral, además el p-valor es 0.000 menor que 0.01, es decir se rechaza la hipótesis nula, por lo que existe correlación entre las variables calidad de servicio y publicidad registral al nivel de 0.01.

Tabla 3

Niveles de Calidad de servicio en los usuarios de la SUNARP- Oficina registral de Casma, 2022

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	147	44.3
Regular	159	47.9
Alto	26	7.8
Total	332	100.0

Descripción:

En la tabla 3, se muestra que el 7.8% (26) de los usuarios nos manifiestan que existe un alto nivel de calidad de servicio, luego 47.9% (159) de los usuarios nos responden a que existe un regular nivel de calidad de servicio, finalmente se muestra que el 44.3% (147) de los usuarios nos responden que existe un bajo nivel de calidad de servicio.

Tabla 4

Niveles de las dimensiones de Calidad de servicio en los usuarios de la SUNARP- Oficina registral de Casma, 2022.

Nivel	Elementos tangibles		Capacidad de atención		Empatía		Fiabilidad		Seguridad	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Bajo	201	60.5	171	51.7	171	51.5	150	45.2	124	37.3
Regular	84	25.3	92	27.8	93	28	110	33.1	136	41.0
Alto	47	14.2	68	20.5	68	20.5	72	21.7	72	21.7
Total	332	100.0	332	100.0	332	100.0	332	100	332	100

Descripción

En la tabla 4, de acuerdo con el nivel de la variante calidad de servicio, se demuestra que la dimensión elementos tangibles, el 14.2% (47) indican que existe un alto nivel, luego 25.3% (84) indican que es regular, y el 60.5% (201) que es de bajo nivel. Luego con la dimensión capacidad de atención, el 20.5% (68) indican que el nivel es alto, luego 27.8% (92) indican que es regular, y el 51.7% (171) muestran que el nivel es bajo. Así también con la dimensión empatía, el 20.5% (68) indican que existe un alto nivel, luego 28.0% (93), indican que es regular, y el 51.5% (171) que es de bajo nivel. Con la dimensión fiabilidad, el 21.7% (72) indican que el nivel es alto, luego el 33.1% (110) señalan que el nivel es regular, y el 45.2% (150) señalan que existe un bajo nivel. Finalmente, en la dimensión Seguridad, el 21.7% (72) indican que existe un alto nivel, luego 41% (136) indican que es regular, y el 37.3 (124) muestran que el nivel es bajo.

Tabla 5

Niveles de la publicidad registral en los usuarios de la SUNARP- Oficina registral de Casma, 2022.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	90	27.1
Regular	164	49.4
Alto	78	23.5
Total	332	100.0

Descripción

En la tabla 5 se muestra que el 27.1% (90) de los usuarios nos manifiestan que existe un alto nivel de publicidad registral, luego 49.4% (164) de los usuarios nos manifiestan a que existe un nivel Regular de publicidad registral. Finalmente, el 23.5% (78) de los usuarios nos manifiestan que existe un bajo nivel de publicidad registral.

Tabla 6***Niveles de las dimensiones de publicidad registral en los usuarios de la SUNARP- Oficina registral de Casma, 2022***

Nivel	Publicidad formal simple		Publicidad formal certificada	
	N°	%	N°	%
Bajo	78	23.5	40	12
Regular	163	49.1	154	46.4
Alto	91	27.4	138	41.6
Total	332	100.0	332	100.0

Descripción:

En la tabla 6, se muestra que la dimensión publicidad formal simple, el 27.4% (91) de los usuarios nos responden a que existe un alto nivel, luego 49.4% (163) de los usuarios responden que existe un regular nivel, finalmente se muestra el 23.5% (78) de los usuarios nos responden a que existe un bajo nivel de publicidad formal simple. Además, se muestra que el 41.6% (138) de los usuarios nos manifiestan que existe un nivel Alto de dimensión de publicidad formal certificada, luego 46.4% (154) de los usuarios nos manifiestan a que existe un regular nivel, en conclusión, se muestra que el 12.0% (40) de los usuarios nos manifiestan que existe un bajo nivel de dimensión de publicidad formal certificada.

Tabla 7

Correlación entre la dimensión elementos tangibles de la calidad de servicio y publicidad registral en los usuarios de la SUNARP- Oficina registral de Casma, 2022.

Rho de Spearman	Publicidad Registral
Elementos tangibles	Coeficiente de correlación ,600**
	p-valor ,000
	N 332

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

Ho: $p=0$ (No existe correlación entre la dimensión Elementos tangibles de la calidad de servicio y la variable publicidad registral).

Ha: $p \neq 0$ (Existe correlación entre la dimensión Elementos tangibles de la calidad de servicio y la variable publicidad registral).

En la tabla 7 se observa una correlación positiva moderada ($,600^{**}$) entre la dimensión elementos tangibles de la calidad de servicio y la variable publicidad registral, además el p-valor es 0.000 menor que 0.01, es decir se rechaza la hipótesis nula, por lo que existe correlación entre la dimensión elementos tangibles y publicidad registral al nivel de 0.01.

Tabla 8

Correlación entre la dimensión capacidad de atención de la calidad de servicio y publicidad registral en los usuarios de la SUNARP- Oficina registral de Casma, 2022.

Rho de Spearman		Publicidad Registral
Calidad de atención	Coeficiente de correlación	,583**
	p-valor	,000
	N	332

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

Ho: $p=0$ (No existe correlación entre la dimensión Calidad de atención de la calidad de servicio y la variable publicidad registral).

Ha: $p \neq 0$ (Existe correlación entre la dimensión Calidad de atención de la calidad de servicio y la variable publicidad registral).

En la tabla 8 se observa una correlación positiva moderada ($,583^{**}$) entre la dimensión capacidad de atención de la calidad de servicio y la variable publicidad registral, además el p-valor es 0.000 menor que 0.01, es decir se rechaza la hipótesis nula, por lo que existe correlación entre la dimensión elementos tangibles y publicidad registral al nivel de 0.01.

Tabla 9

Correlación entre la dimensión Empatía de la calidad de servicio y publicidad registral en los usuarios de la SUNARP- Oficina registral de Casma, 2022.

Rho de Spearman	Publicidad Registral	
Empatía	Coefficiente de correlación	,512**
	p-valor	,000
	N	332

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

Ho: $p=0$ (No existe correlación entre la dimensión Empatía de la calidad de servicio y la variable publicidad registral).

Ha: $p \neq 0$ (Existe correlación entre la dimensión Empatía de la calidad de servicio y la variable publicidad registral).

En la tabla 9 se observa una correlación positiva moderada ($,512^{**}$) entre la dimensión empatía de la calidad de servicio y la variable publicidad registral, además el p-valor es 0.000 menor que 0.01, es decir se rechaza la hipótesis nula, por lo que no existe correlación alguna entre dimensión empatía y publicidad registral al nivel de 0.01.

Tabla 10

Correlación entre la dimensión Fiabilidad de la calidad de servicio y publicidad registral en los usuarios de la SUNARP- Oficina registral de Casma, 2022.

Rho de Spearman		Publicidad Registral
Fiabilidad	Coeficiente de correlación	,445**
	p-valor	,000
	N	332

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

Ho: $p=0$ (No existe correlación entre la dimensión Fiabilidad de la calidad de servicio y la variable publicidad registral).

Ha: $p \neq 0$ (Existe correlación entre la dimensión Fiabilidad de la calidad de servicio y la variable publicidad registral).

En la tabla 10 se muestran que la correlación tiende a ser positiva moderada ($,445^{**}$) entre la dimensión fiabilidad de la calidad de servicio y la variable publicidad registral, además el p-valor es 0.000 menor que 0.01, es decir se rechaza la hipótesis nula, por lo que existe correlación entre la dimensión fiabilidad y publicidad registral al nivel de 0.01.

Tabla 11

Correlación entre la dimensión Seguridad de la calidad de servicio y publicidad registral en los usuarios de la SUNARP- Oficina registral de Casma, 2022.

Rho de Spearman		Publicidad Registral
Seguridad	Coeficiente de correlación	,666**
	p-valor	,000
	N	332

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

Ho: $p=0$ (No existe correlación entre la dimensión Seguridad de la calidad de servicio y la variable publicidad registral).

Ha: $p \neq 0$ (Existe correlación entre la dimensión Seguridad de la calidad de servicio y la variable publicidad registral).

En la tabla 11 se muestran que la correlación tiende a ser positiva moderada ($,666^{**}$) entre la dimensión seguridad de la calidad de servicio y la variable publicidad registral, además el p-valor es 0.000 menor que 0.01, es decir se rechaza la hipótesis nula, por lo que existe correlación entre la dimensión empatía y publicidad registral al nivel de 0.01.

V. DISCUSIÓN

Los resultados realizados en la investigación, se argumenta al objetivo general Determinar la relación entre la calidad de servicio y publicidad registral en los usuarios de la SUNARP- oficina registral de Casma, 2022; como se identifica en la tabla 01 se muestra el análisis de la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov cuyo resultado para las variables calidad de servicio y publicidad registral, tienen un p-valor de 0.000, siendo este menor que 0.01, por lo que se rechaza la hipótesis nula, por lo tanto, se indica que los datos de estas variables no tienden a una distribución normal. Es así que se utiliza el coeficiente de correlación rho de Spearman. Es en este sentido que se utilizó los análisis estadísticos no paramétricos.

Cabe mencionar que esta investigación en esta organización nos permitió medir la dimensiones como la seguridad que pueden afectar hacia un caos de la naturaleza en parámetros medibles y sujetos a nuestra práctica.

Esta investigación permitió saber la percepción de la calidad y publicidad registral de los usuarios de la Sunarp-Oficina registral de Casma porque a través de ella, se va a dar el proceso de innovación, generando un alto nivel de iniciativa personal y el buen manejo de las políticas públicas, que conlleva a decisiones adecuadas o a oportunidades de los usuarios, que se van a respaldar del conocimiento en el uso de tecnologías pertinentes y de un personal profesional bien preparado, con una disposición de capacidad tecnológica actualizada que va a facilitar para el desarrollo y solución de una mejor tecnología disponible, todo esto engloba hacia una preparación de profesionales necesarios y tener un discernimiento profundo de los recursos y oportunidades.

Como se puede observar en la investigación de Daviran (2022), se obtiene mediante la prueba de Spearman, el resultado idóneo de afirmar que con respecto a la calidad de servicio y la calidad de servicio de los datos estadísticos reportados el valor de la significación bilateral p es menor que 0.05 ($p < 0,05$). Por lo que se ha distinguido que la calidad de servicio extiende al nivel bueno según el 33,3% de encuestados y el 65,9% de los entrevistados aseguran que es regular.

Cabe mencionar que el investigador tiene resultados similares y que por su parte nos demuestra que las etapas de la calidad de servicio tienen que ser sostenidas por una buena infraestructura para la elaboración de las funciones en calidad de atención a los usuarios, por lo que el procedimiento de la organización debe referirse con los elementos que contribuyan a su orientación y capacidad de respuesta ante las incertidumbres de los usuarios, con la finalidad de mejorar la calidad en la atención. Asimismo, existe una distinción con Urreta (2022) en su investigación, por lo que se evidencio que la calidad de servicio guarda correlación sobre la población de 376, además se tiene como muestra de 155. Estos resultados revelaron que el 47% tenía una calidad de atención media y el 47% tenía un proceso de certificación de título medio. Se concluye que el coeficiente de Spearman 0.992 (correlación positiva muy alta) y p-value 0.000 ($p\text{-value} \leq 0.01$) tienen una correlación significativa entre la calidad de atención y el proceso certificación sobre títulos. De manera que, a través de pruebas de significación estadística, se pretende, en última instancia, establecer correlaciones, basadas en la detección de diferencias. Por ejemplo, en este estudio que haya detectado una diferencia en la ocurrencia de un proceso de calidad de servicio, dado en una población expuesta a un factor de riesgo, sugiere que la exposición está asociada con el inicio de la orientación, pero por supuesto, esa diferencia podría haber ocurrido simplemente por casualidad; es decir, puede aparecer por accidente y no necesariamente porque haya una diferencia real. Como se repetirá más adelante, lo que queríamos investigar era si esta diferencia (con respecto a la calidad de atención) encontrada en el estudio podría haber sido en suposiciones e incertidumbres incorrectas sobre el valor p-si es bajo indica que la diferencia se debió a la intervención, si se trataba de un estudio experimental, o a la exposición en un estudio de comprobaciones).

Sin embargo, en nuestra investigación de calidad de servicio y publicidad registral en los usuarios de la SUNARP-Oficina registral de Casma, 2022, se ha acogido a resultados distintos, lo cual se observa una correlación negativa muy fuerte (-0.194) entre las variables calidad de servicio y publicidad registral, además el p-valor es 0.000 menor que 0.01, es decir se rechaza la hipótesis nula, por lo que, no existe

correlación alguna entre las variables calidad de servicio y publicidad registral al nivel de 0.01.

No obstante, podemos mencionar a Boulanger (2017) en su estudio ha utilizado el método descriptivo, mediante la técnica denominada encuesta, y el cuestionario aplicado son de 10 colaboradores de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos y también 40 usuarios de la propia organización. Por lo tanto, se empleó un coeficiente de confianza del 95% con un nivel de significancia de 5% (0.05%), con grados de Libertad de 1 según la Tabla de valores de Chi cuadrado, teniendo un valor de significación asintótica de ,000 y según el análisis realizado tenemos un valor de Chi cuadrado de 27,121^a. De tal manera que este es un rango de 0 a 27,121^a el resultado que se obtuvo está dentro de este rango, el cual se denomina zona de aceptación con un valor de ,000. De los resultados conseguidos se indica de la afirmación se alcanzó de su estudio que hay una aceptación y la publicidad registral es cada vez más apropiada y competente, teniendo como analista a los usuarios, también llamados población, donde contribuyeron a la recolección de opiniones en forma positiva y/o negativas a la competencia estatal.

Al contrario, en nuestra investigación se desarrolló la prueba Rho Spearman, y comprobó que el resultado para la variable calidad de servicio y publicidad registral tiene un p-valor de 000, ambos son menores que 0.05, entonces se rechaza la Ho por lo que los puntajes de las variables no tienden a una distribución normal, es así que se utiliza el coeficiente de correlación rho de Spearman.

De manera, que, en uno de los objetivos específicos, lo que se estudió es en la tabla 3: Determinar el nivel de calidad de servicio en los usuarios de la SUNARP- Oficina registral de Casma, 2022; se evidencia que durante la enfermedad del covid19 ha estropeado la apreciación de la calidad de servicio, es así que se muestra que el se muestra que el 7.8% (26) de los usuarios nos manifiestan que existe un alto nivel de calidad de servicio, luego 47.9% (159) de los usuarios nos responden a que existe un regular nivel de calidad de servicio, finalmente se muestra que el 44.3% (147) de los usuarios nos responden que existe un bajo nivel de calidad de servicio.

En este contexto, existe la posibilidad de que el problema original no se conozca a priori, por lo que en este caso la investigación se torna exploratoria hasta determinar

el problema y luego donde se define específicamente su naturaleza y se adecua a los efectos de los procesos de investigación ya que, en última instancia, permite intentar estimar los niveles de estas dimensiones de la calidad de servicio y que se den más soluciones reales.

Posteriormente, en la tabla 4 de esta investigación determina la relación entre las dimensiones de la calidad de servicio y la variable publicidad registral en los usuarios de la SUNARP- oficina registral de Casma, 2022; indican que nivel de la variante calidad de servicio, se demuestra que la dimensión Elementos tangible se demuestra que la dimensión Elementos tangible, el 14.2 % (47) indican que existe un alto nivel, luego 25.3% (84) indican que es regular, y el 60.5% (201) que es de bajo nivel. Luego con la dimensión capacidad de atención, el 20.5% (68) que es de alto nivel, luego 27.8% (92) indican que es regular, y el 51.7% (71) que es de bajo nivel. Así también, con la dimensión Empatía, el 20.5% (68) indican que existe un alto nivel, luego 28.0% (93), indican que es regular, y el 51.5% (171) que es de bajo nivel. Por lo consiguiente con la dimensión Fiabilidad, el 21.7% (72), luego el 34.6% (115) señalan que es regular, y el 43.4% (150) señalan que existe un bajo nivel. Finalmente, en la dimensión Seguridad, el 21.7% (21.7) indican que existe un alto nivel, luego 41.3% (137) indican que es regular, y el 34.3 (114) que es de bajo nivel.

Los empleados de SUNARP- Oficina registral de Casma,2022; entienden a misión, visión, metas, valores y organigrama, incluyendo las funciones de cada área, donde están definidos claramente sus funciones y cargos.

A su vez se debe de poner en marcha a los procesos de mejora constante, prácticas y accesibles con el solo fin de ofrecer servicios convenientes y contestaciones indispensables situando al usuario como el base de la estrategia a ampararse, sin rehusar el lado del permanente objetivo de brindar y salvaguardar al usuario, para que este alcance garantizar el desarrollo que requiere la ciudadanía.

Valera (2019), desarrolló un estudio dentro del marco de una investigación básica, su diseño es descriptivo-correlacional. Teniendo a una población y muestra igual, constituida por 24 trabajadores de la oficina registral Chimbote, que atiende la calificación y expedición de la publicidad registral. También empleó la técnica la encuesta y como instrumento un cuestionario de 15 ítems para la variable publicidad

registral y 10 para la variable seguridad jurídica; el instrumento fue validado por expertos que determinaron su aplicabilidad, el resultado de Alpha de Cronbach determinó alta confiabilidad. Para determinar la relación entre las dos variables se empleó la prueba de correlación de Pearson es $r_{xy} = 0.4$, esto indica que existe una correlación positiva directa y regular.

Cabe mencionar, que Valera en su estudio de estas variables señala que pueden ser positivas (cuando una aumenta, la otra aumenta: correlación positiva) u opuestas (cuando una aumenta, la otra disminuye: correlación negativa); o de ser el caso pueden no estar correlacionados (a medida que uno aumenta, y el otro aumenta, disminuye y, a veces, permanece igual: con la correlación cero).

De acuerdo a la correlación entre la dimensión la dimensión Publicidad formal simple de la calidad de servicio y publicidad registral en los usuarios de la SUNARP- Oficina registral de Casma, 2022, se precisa en la tabla 13, la muestra es que la correlación tiende a ser negativa débil (-,180**) entre la dimensión publicidad formal simple de la calidad de servicio y la variable publicidad registral, se muestran que la correlación tiende a ser negativa muy fuerte (-,180**) entre la dimensión publicidad formal simple de la calidad de servicio y la variable publicidad registral, además el p-valor es 0.001 menor que 0.01, es decir se rechaza la hipótesis nula, por lo que no existe correlación alguna entre dimensión publicidad formal simple y calidad de servicio al nivel de 0.01. Lo mismo ocurre, en la tabla 14 tiende a ser (-,186**) entre la dimensión publicidad formal certificada de la calidad de servicio y la variable publicidad registral, y se muestran que la correlación tiende a ser negativa muy fuerte (-,186**) entre la dimensión publicidad formal certificada de la calidad de servicio y la variable publicidad registral, además el p-valor es 0.001 menor que 0.01, es decir se rechaza la hipótesis nula, por lo que no existe correlación alguna entre dimensión publicidad formal certificada y calidad de servicio al nivel de 0.01.

En este caso; se observa una correlación con tendencia a ser una correlación negativa muy fuerte (-,180**) entre la publicidad formal simple y la calidad de servicio, por lo que se confirma una correlación inversa moderada entre las variables, lo que quiere decir; a mayor puntuación en publicidad formal simple, menor puntuación en calidad de servicio o menor puntuación en calidad de servicio,

mayor publicidad formal simple; con referencia a lo anterior, la dimensión publicidad formal simple, comprende en obtener la información en el archivo registral sobre la organización, así como esta sin la suscripción del trabajador responsable en su entrega.

Cabe señalar que actualmente se están ajustando y analizando las definiciones de niveles de publicidad registral y los estándares de calidad de atención con el avance de la planificación. Por lo tanto, en la fase de factibilidad, el usuario debe enfocarse en definir de manera clara y específica los servicios clave requeridos por la organización estatal y con ello generar indicadores que permitan medir la solución de posibles necesidades.

En consecuencia, para ilustrar mejor los resultados, Chico y Ortiz (2000) sostienen que la correlación que existe entre publicidad formal simple y publicidad formal certificada sustantiva son posturas jurídicas reflejadas en el registro, y por esto no se puede dañar a terceros aun cuando hayan estado preparados de los acontecimientos celebrados, a través de normas o acuerdos en forma escrita o tecnológica para lograr un fin asertivo para las demás personas.

En otras palabras, lo requerido por los entrevistados se asemeja a la tesis titulada “Libre acceso del registro en torno a la publicidad registral y los errores registrales”, realizada por el autor Klingsger (2015), quien considera que la información en la publicidad debe ser utilizada de acuerdo con los principios, sin que se presenten situaciones que conlleven a la vulneración de los derechos fundamentales de las personas. Por otra parte, esta publicidad registral es legalmente oponible a terceros, pero lamentablemente por situaciones como errores de registro no los ejecuta, por lo que es letra muerta porque no genera impacto, ni mucho menos refleja la situación de los derechos adquiridos en virtud de la ley. Por ello, la publicidad oficial debe ser considerada como sinónimo de datos personales porque es a través de este material que las personas observan y verifican su contenido de conformidad con la ley.

*]

VI. CONCLUSIONES

Primero: Existe una correlación que tiende a ser positiva fuerte entre la calidad de servicio y la publicidad registral además el p-valor es 0.000 menor que 0.01, es decir se rechaza la hipótesis nula, por lo que, existe correlación entre las variables calidad de servicio y publicidad registral al nivel de 0.01.

Segundo: Para ilustrar mejor la calidad de servicio en la SUNARP-Oficina registral de Casma, prevalece que el 7.8% (26) de los usuarios nos manifiestan que existe un alto nivel de calidad de servicio, luego 47.9% (159) de los usuarios nos responden a que existe un regular nivel de calidad de servicio, finalmente se muestra que el 44.3% (147) de los usuarios nos responden que existe un bajo nivel de calidad de servicio. Mismo que hay cierto malestar con los usuarios.

Tercero: El 27.1% (90) de los usuarios nos manifiestan que existe un alto nivel de publicidad registral, luego 49.4% (164) de los usuarios nos manifiestan a que existe un nivel Regular de publicidad registral. Finalmente, el 23.5% (78) de los usuarios nos manifiestan que existe un bajo nivel de publicidad registral.

Cuarto: Para finalizar, existe correlación positiva moderada ($,600^{**}$) entre la dimensión elementos tangibles de la calidad de servicio y la variable publicidad registral, además el p-valor es 0.000 menor que 0.01. Existe correlación positiva moderada ($,583^{**}$) entre la dimensión capacidad de atención de la calidad de servicio y la variable publicidad registral, además el p-valor es 0.000 menor que 0.01. Existe correlación positiva moderada ($,512^{**}$) entre la dimensión empatía de la calidad de servicio y la variable publicidad registral, además el p-valor es 0.000 menor que 0.01. Existe correlación positiva moderada ($,445^{**}$) entre la dimensión fiabilidad de la calidad de servicio y la variable publicidad registral, además el p-valor es 0.000 menor que 0.01. Existe correlación positiva moderada ($,666^{**}$) entre

la dimensión seguridad de la calidad de servicio y la variable publicidad registral, además el p-valor es 0.000 menor que 0.01

VII. RECOMENDACIONES

Primero: El registrador público de la Sunarp Oficina registral de Casma debe de realizar una reformulación de los documentos de publicidad registral, con el propósito de un oportuno entendimiento de los métodos y una estructuración de los mismos para conseguir que se renueve la capacidad de resolución de problemas que se puedan presentar al realizar los usuarios los tramites registrales.

Segundo: Los registradores públicos de jefatura zonal, los empleados son los que imparten una estructura de cambio hacia los usuarios y es el caso de difundir programas de orientación y soluciones, para no tener ninguna incertidumbre ni dificultades al momento de hacer trámites, también tienen que incentivar e innovar adecuada empatía y confiabilidad hacia los usuarios de la Sunarp-Oficina registral de Casma.

Tercero: Las buenas prácticas de los empleados en atención al usuario de esta organización deben estar supeditadas y preparados para la innovación de la gestión, pues así se van a mejorar la estandarización de tareas que les deben ser conferidas, por lo que es posible que traerá muchas dificultades y deterioro en los que presenten en el trayecto de la demora del trámite realizado por los usuarios.

REFERENCIAS

- Ahumada, D. (2015). *Apuntes sobre Publicidad Registral*. Obtenido de: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjByvKs5qv5AhVDELkGHSNtC48QFnoECAQQAQ&url=https%3A%2F%2Fescribanos.org.ar%2Frnotarial%2Fwp-content%2Fuploads%2F2015%2F07%2FRNCba-75-1998-04-Doctrina.pdf&usg=AOvVaw2zzDM1gBw-TLYwT7EXEO8W>
- Ballesteros, S. (2016). *Desigualdades sociales en los tiempos de espera para la consulta médica en Argentina*. *Revista Gerencia y Políticas de Salud*, 15(30), 234–250. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.rgyys15-30.dste>
- Barboza, C. (2021) *Organización de la seguridad jurídica en publicidad registral según los ejes de política nacional de modernización de Gestión Pública, 2020*
- Boulangger, R. (2017) *La publicidad registral y su afectación al derecho a la intimidad en Chimbote – 2016*
- Bustamante, A., Zerda, E., Obando, F., & Tello, M. (2020). *Desde las expectativas a la percepción de calidad de servicios en salud en Guayas, Ecuador*. *Información Tecnológica*, 31(1), 161–170.
- Carrasco, S. (2019). *Metodología de la investigación científica: Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. Lima: Editorial San Marcos EIRL.
- Ciudadanos al Día. (2013). *Atención al Ciudadano en Ministerios 2013*. <http://www.ciudadanosaldia.org/publicaciones/boletines->

cad/item/581bolet%C3%ADncad-n°-158-atenci3n-al-ciudadano-en-organismost3cnicos-2013.html

Chico y Ortiz, J. (2010). *“Los principios hipotecarios de la fe p3blica y buena fe en la legislaci3n hipotecaria de 1994”* N° 625, Madrid, Espa±a.

Cobas, C. (2014). *Derecho registral inmobiliario*. Caracas: Editorial Peterson.

Cornejo, E. (2020). *Fortalecimiento de la pol3tica de datos abiertos en el servicio de publicidad registral en l3nea, zona registral La Libertad, 2019*

Cosavalente, R. (2020). *Publicidad registral y fraude inmobiliario en la Superintendencia Nacional de Regsitros P3blicos de la zona II Moyobamba – San Martin, 2018*

Cypress, B. (2017). *Rigor or Reliability and Validity in Qualitative Research: Perspectives, Strategies, Reconceptualization, and Recommendations,*

Dimensions of Critical Care Nursing: 7/8 2017 - Volume 36 - Issue 4 - p 253-263 doi: 10.1097/DCC.0000000000000253

Daviran (2022). *Calidad de servicio y tiempo de atenci3n en los usuarios virtuales de publicidad registral de una entidad estatal, a±o 2021.*

De la Garza, D. (2018). *Tendencias en la administraci3n p3blica moderna: la nueva gesti3n p3blica en M3xico*. *Revista Venezolana de Gerencia*, ISSN: 13159984. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29055767003>

Deshpande, P., Sharma, S., Peddoju, S. & Abraham, A. (2018) Security and service assurance issues in Cloud environment. *Int J Syst Assur Eng Manag* 9, 194–207 (2018). <https://doi.org/10.1007/s13198-016-0525-0>

- Deming, W. (1989). *Calidad, productividad y competitividad: la salida de la crisis*. Ediciones Díaz de Santos. Obtenido de: https://books.google.com.pe/books?id=d9WL4BMVHi8C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Estrada, M. (2019). *La Norma ISO 9001:2008 y los servicios de publicidad registral de una institución Pública, Lima – 2018*
- Flores, R. (2021). *Gestión administrativa y la seguridad de la calidad de servicio en los usuarios de la Corte Superior de Justicia del Santa, 2021*
- García. (2014). *Usos y perspectivas sociológicas de la entrevista como técnica de investigación social*. [http://www2.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/f53e86_entrevistapdfcopy .pdf](http://www2.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/f53e86_entrevistapdfcopy.pdf)
- Gonzales, G. (2012, p. 123). *Bases Fundamentales Del Derecho Registral*. https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjmnrOZgqv5AhUIrpUCHUfmBKUQFnoECAYQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.notariado.org%2Fifera%2Fdocument_library%2Fget_file%3FfolderId%3D13807670%26name%3DDLFE-222969.pdf&usq=AOvVaw3viNgWyl_7Pd5IEJZ55rfY
- González, G. (2014). *La publicidad registral y derechos fundamentales según los registradores públicos del registro de predio de la Zona Registral N° IX – Sede lima. Año 2016*
- Hernández y Mendoza (2018). *Metodología de la investigación científica Las Rutas Cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: Editorial Mc Graw Hill Education
- Hernández, Fernández, Baptista (2014). *Metodología de la investigación científica*. 6° ed. Mexico: Mognawhill.

Hirsch, A. (2019). *Valores de la ética de la investigación en opinión de académicos de posgrado de la Universidad Nacional Autónoma de México*. *Revista de la educación superior*, 48(192), 49-66. Recuperado de:http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_attext&pid=S0185-27602019000400049&lng=es&nrm=iso

<https://www.ipsos.com/es-pe/encuesta-de-cad-revela-demoras-en-la-atencion-en-entidades-publicas>

Inafuku, B (2021). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la oficina registral de Chepen, 2021*

Leonard D., Jhon Gaus, Dunsire (1995). *Administrated Theory in the 1980*

Ley Marco de la Gestión Pública N° 27658-2002, obtenido de:
https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwi58rjppav5AhUrALkGHUFTA5sQFnoECAMQAw&url=https%3A%2F%2Fcdn.gacetajuridica.com.pe%2Flaley%2FLEY%2520N%25C2%25BA27658_LALEY.pdf&usg=AOvVaw1Wq6rJL6AbOTIH2IEbINH0

Lizarzaburu (2016). *Revista científica*. Obtenido de:
[https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=Lizarzaburu+%282016%29+en+la+Revista+cient%C3%ADfica+](https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=Lizarzaburu+%282016%29+en+la+Revista+cient%C3%ADfica)

Mosqueira, G. (2020). *La cultura organizacional y su incidencia en la calidad de servicio del personal administrativo de la Universidad Nacional de Trujillo: 2016*. *Revista Ciencia y Tecnología*, 16(2), 157.

Novoa, (2018 p. 34, 35). *Habilidades sociales para mejorar la convivencia, 2018*

- Palomino, P., Calla, M., Yangali S., Vásquez R., Arrátia K., Luis, J., & López, R. (2020). *Responsabilidad social universitaria y la calidad de servicio administrativo. (Spanish). Apuntes Universitarios: Revista de Investigación, 10(2), 46–63.*
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. y Berry, L. (1991). *Marketing en las empresas de servicio. Grupo Editorial Norma.*
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. & Berry, L. (1999). *Delivering quality service. balancing customer perceptions and expectations. The free press.*
- Perú 21. (14 de mayo de 2020). *Cajas municipales de ahorro y crédito se han adjudicado \$ 516 millones en subastas.* Obtenido de: <https://peru21.pe/economia/reactiva-peru-cajas-municipales-de-ahorro-ycredito-se-han-adjudicado-s516-millones-en-subastas-bcr-nndc-noticia/>
- Prensa Regional. (18 de mayo de 2020). *Ranking caja arequipa y caja huancayo lideran a febrero 2020.* Obtenido de: <https://www.prensaregional.pe/ranking-cajaarequipa-y-caja-huancayo-lideran-a-febrero-2020/>
- Pérez, S. (2021). *Modernización de la gestión pública y la calidad de servicio a usuarias del CEM comisaria Villa María Nuevo Chimbote, 2021*
- Ramírez, C. (2011). *Tratado de derechos reales inmobiliarios. Lima: Editorial Rhodas.*
- Rimascca (2015) *“La agonía del principio del tracto sucesivo en el registro de personas jurídicas y naturales”.* *Actualidad Jurídica. Tomo 255, febrero, Gaceta Jurídica. Lima, 2015.*
- Rojas (2015). *“Administración pública y los principios del derecho administrativo en Perú. Revista digital del Derecho Administrativo, núm. 13, enero-junio, 2015, pp. 193-209. Universidad Externado de Colombia.*

Sáez, L., & Urdaneta, J. (2019). *Calidad de servicio en el proceso de recolección domiciliario de residuos sólidos*. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(88), 1062–1085. Obtenido de:

<https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsdoj&AN=edsdoj.68c063c083854745bf30a45d1ac0cf31&lang=es&site=eds-live>

Salazar, C. y Del Castillo, S. (2018). *Fundamentos básicos de estadística*. México: Mc Graw Hill Interamericana.

Salgado V., E. (2014). *Urbanismo registral*. Chile: Editorial Palestina.

Sarmiento, S., & Paredes, M. (2019). *Percepción de la calidad de servicio del usuario interno en una institución pública*. *Industrial Data*, 22(1), 95. <https://doi.org/10.15381/idata.v22i1.16529>

Taherdoost, H. (2017). "Understanding of e-service security dimensions and its effect on quality and intention to use", *Information and Computer Security*, Vol. 25 No. 5, pp. 535-559. <https://doi.org/10.1108/ICS-092016-0074>

Tonini, F., Shoemaker, D., Petrasova, A., Harmon, B., Petras, V., Cobb, R., Mitsova, H. y Meentemeyer, R. (2017) *Tangible geospatial modeling for collaborative solutions to invasive species management*, *Environmental Modelling & Software*, Volume 92, 2017, Pages 176-188, ISSN 1364-8152, <https://doi.org/10.1016/j.envsoft.2017.02.020>.

Urrueta, A. (2022). *Calidad de atención y procesos de calificación de títulos en la zona registral II-Moyobamba-2021*

Valera, O. (2019). *Publicidad registral y seguridad jurídica en la oficina registral Chimbote*, 2018.

Vásquez, H. (2018). *Vulneración del Derecho a la Publicidad Registral en caso de inexactitudes registrales en la Oficina Zonal San Borja 2017*

Wellington, P. (2011). *Cómo brindar un servicio integral al cliente. Santa Fe de Bogotá. Colombia: McGraw Hill.*

Zeithaml, Parasuraman, y Berry (2003). La calidad del servicio: un requerido histórico conceptual sus modelos más representativos y su aplicación en las universidades. Obtenido de:

https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwig3obE5a_5AhWGjZUCHXW4AywQFnoECCKQAQ&url=https%3A%2F%2Ffdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F4776917.pdf&usq=AOvVaw18BVWQ95CoJCNT2XOp911t

Zivkovic, N., Glogovac, M. y Kovacevic, B. (2019). Determining the quality of municipal services using SERVQUAL model. Belgrade: Atlantis Press (artículo científico).
file:///C:/Users/MARCOS/Downloads/125925955.pdf

ANEXOS

Anexo N° 1: Cuadro de operacionalización

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición	Instrumento
Calidad de Servicio	Está relacionado con las brechas que existen entre las expectativas y percepciones de los gerentes, empleados y usuarios, se lleva a cabo por medio del análisis de la brecha más importante: la del servicio. Puesto que ocurre que dichas expectativas de los usuarios se dan por el servicio y su apreciación de cuándo se va a entregar la información solicitada. (Wellington, 1997).	Esta variable de tipo cualitativo se midió mediante cuestionario, el cual mantiene medición por medio de sus dimensiones: Elementos Tangibles, Capacidad de atención, Empatía, Fiabilidad y Seguridad.	Elementos Tangibles	Infraestructura	Ordinal	Escala de medición nominal del tipo de Liker Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario de preguntas cerradas
				Equipos Tecnológicos		
				Presentación del personal		
				Material de comunicación		
			Capacidad de atención	Ayuda		
				Servicio		
			Empatía	Atención personalizada		
				Interés en el cliente		
			Fiabilidad	Eficiencia		
				Eficacia		
Seguridad	Conocimiento					
	Habilidades					

<p>Publicidad Registral</p>	<p>Es el medio organizacional donde se da conocer la publicidad en determinados actos o transacciones relacionados con la vida económica de una sociedad, por lo que debe ser catalogado como materia de derecho privado, pues se trata de situaciones de la vida propia de cualquier ciudadano, tales como son: comprar bienes inmuebles, constituir una sociedad comercial, entre otras... (González, 2014).</p>	<p>Es la opinión de los usuarios cómo se está propagando la información jurídica registral de acuerdo al cuestionario de preguntas</p>	<p>PUBLICIDAD FORMAL SIMPLE</p> <p>PUBLICIDAD FORMAL CERTIFICADA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Boleta informativa <li style="padding-left: 20px;">Copias informativas • Búsquedas de los índices informáticos • Exhibición de los títulos archivados • Visualización de la partida electrónica. • Certificado literal • Certificado compendioso • Certificado de gravamen • Certificado registral • Certificado registra e inmobiliario • Certificado de búsqueda catastral • Duplicado de tarjeta d identificación vehicular. • Certificado de vigencia • Certificado positivo • Certificado negativo. 	<p>Ordinal</p>	<p>Escala de medición nominal del tipo de Likert</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario de preguntas cerradas</p>
------------------------------------	--	--	--	--	----------------	--

Anexo N° 2: Instrumento de recolección de datos Variable Calidad de Servicio

Instrumento N° 1: “Cuestionario para analizar la calidad de servicio que reciben los usuarios de la SUNARP- Oficina registral de Casma, 2022”.

Estimado usuario (a):

Instrucción: La información proporcionada será de suma importancia para el desarrollo del presente estudio, asimismo presenta un conjunto de indicadores respecto a la Calidad de servicio que recibe usted como usuario, de manera que es de carácter confidencial, conservándose el anonimato del participante. Por consiguiente, deberá leer detenidamente cada ítem y en función a su criterio marque con una “X” la alternativa que este apropiada, considerando la siguiente escala que se detalla a continuación:

Datos referenciales:

Sexo: Masculino Femenino Edad:

ESCALA VALORATIVA				
1	2	3	4	5
NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE

VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO		
N.º	Preguntas	Alternativas

		1	2	3	4	5
	DIMENSIONES: ELEMENTOS					
	TANGIBLES					
	Indicador: Infraestructura					

1	¿Los empleados de la SUNARP- Oficina registral de Casma cuenta con infraestructura, mobiliario, ¿equipos modernos para una atención adecuada?					
Indicador: Equipos tecnológicos						
2	¿Los empleados de la SUNARP- Oficina registral de Casma cuenta con equipos tecnológicos disponibles y materiales necesarios para la atención?					
Indicador: Presentación del personal						
3	¿Los empleados de la SUNARP- Oficina registral de Casma están bien uniformados y proyectan una imagen y estética adecuada?					
Indicador: Materiales de Comunicación						
4	¿Considera usted que los empleados de Mesa de partes de la SUNARP- Oficina registral de Casma utilizan materiales y equipos adecuados para un mejor servicio?					
DIMENSIÓN: CAPACIDAD DE ATENCIÓN						
5	Indicador: Ayuda ¿Considera que el asesor de atención al usuario se preocupa por dar una excelente atención?					
6	Indicador: Servicio ¿El asesor de atención al usuario tiene un alto grado de compromiso, ayuda y brinda orientación con los usuarios?					

DIMENSIÓN EMPATÍA						
Indicador: Atención Personalizada						
7	¿Considera usted que el asesor de atención al usuario escucha y comprende las necesidades de los usuarios y le brinda una atención personalizada?					

	Indicador: Interés en el usuario					
--	---	--	--	--	--	--

8	¿Los empleados de la SUNARP- Oficina registral de Casma se preocupan por atender con interés a los usuarios al comprender sus necesidades de apoyo registral?					
----------	---	--	--	--	--	--

	DIMENSIÓN: FIABILIDAD					
--	------------------------------	--	--	--	--	--

	Indicadores: Eficiencia					
--	--------------------------------	--	--	--	--	--

9	¿Considera que los empleados de la SUNARP- Oficina registral de Casma poseen la experiencia necesaria en cada una de sus áreas funcionales, contabilidad, sistema de información y reporte de información registral?					
----------	--	--	--	--	--	--

	Indicador: Eficacia					
--	----------------------------	--	--	--	--	--

10	¿Considera que el asesor de atención al usuario escucha y tiene los recursos necesarios para desarrollar su trabajo?					
-----------	--	--	--	--	--	--

	DIMENSIÓN: SEGURIDAD					
--	-----------------------------	--	--	--	--	--

	Indicador: Conocimiento					
--	--------------------------------	--	--	--	--	--

11	¿El asesor de atención al usuario escucha y demuestra dominio acerca de los tramites registrales que imparten?					
-----------	--	--	--	--	--	--

	Indicador: Habilidades					
--	-------------------------------	--	--	--	--	--

12	¿El asesor de atención al usuario está muy bien capacitado para brindar información sobre un trámite registral?					
-----------	---	--	--	--	--	--

Ficha Técnica de Calidad de servicio

CUESTIONARIO SOBRE LA CALIDAD DE SERVICIO

I. DATOS INFORMATIVOS:

- 1.1. **Técnica e instrumento:** Encuesta
- 1.2. **Nombre del instrumento:** Cuestionario
- 1.3. **Lugar:** Ciudad de Casma
- 1.4. **Forma de aplicación:** Individual
- 1.5. **Autor original:** Castro Flores Noemi Rosario
- 1.6. **Medición:** Calidad de servicio
- 1.7. **Aplicado a:** Usuarios de la SUNARP- Oficina registral de Casma, Casma
- 1.8. **Tiempo de aplicación:** 15 minutos.

OBJETIVO DEL INSTRUMENTO:

El objetivo del instrumento es analizar la calidad de servicio que reciben los usuarios de la SUNARP- Oficina registral de Casma, 2022.

VI. INSTRUCCIONES:

- a. El cuestionario sobre variable calidad de servicio presenta 12 ítems, está constituido por las siguientes dimensiones Elementos tangibles (1, 2, 3 y 4 ítems), Capacidad de atención (5 y 6), Empatía (7 y 8), Fiabilidad (9 y 10) y Seguridad (11 y 12).
- b. Las alternativas para cada ítem cuentan con una valoración de 1 a 5 puntos cada uno (Nunca= 1, Casi Nunca = 2, A veces= 3, Casi Siempre = 4 y Siempre= 5).
- c. Los niveles para describir la variable son; Muy Bajo, Bajo, Medio, Alto y Muy Alto.

VII. MATERIALES NECESARIOS

Se necesitó fotocopias del cuestionario, lapiceros y laptop para sacar los resultados estadísticos.

V. VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD

La validación del instrumento fue sometido a un juicio por 3 expertos de la Universidad César Vallejo y luego de la aceptación se empezó aplicar los cuestionarios.

Para establecer la confiabilidad del instrumento, test de calidad de servicio, se aplicó una prueba piloto; posterior a ello, los resultados serán sometidos a los procedimientos del método Alfa de Cronbach, citado por Hernández et al. (2014); el cálculo de confiabilidad que se obtuvo del instrumento fue $\alpha = 0.85$, resultado que a luz de la tabla de valoración e interpretación de los resultados de Alfa de Cronbach se asume como una confiabilidad buena, que permitió determinar que el instrumento proporciona la confiabilidad necesaria para su aplicación. **Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N° de elementos
0.85	12

- VI. EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

DISTRIBUCIÓN

DE ITEMS POR DIMENSION

DIMENSIONES	ITEMS
Elementos Tangibles	1, 2, 3 y 4
Capacidad de Atención	5 y 6
Empatía	7 y 8
Fiabilidad	9 y 10
Seguridad	11 y 12

PUNTAJE POR DIMENSIÓN Y VARIABLE

- **Variable Independiente:** Calidad de servicio

Niveles	A nivel Variable	D1	D2	D3	D4	D5
Bajo	12 – 27	4 – 9	2 – 4	2 – 4	2 – 4	2 – 4
Regular	28 -43	10 – 15	5 – 7	5 - 7	5 - 7	5 - 7
Alto	44 – 60	16 – 20	8 - 10	8 - 10	8 - 10	8 - 10

Instrumento de recolección de datos

Variable Nivel de Publicidad Registral

Instrumento N° 02: “Cuestionario para analizar el nivel de Publicidad Registral que perciben los usuarios de la SUNARP- Oficina registral de Casma, 2022”.

Estimado usuario (a):

Instrucción: La información proporcionada será de suma importancia para el desarrollo del presente estudio, asimismo presenta un conjunto de indicadores respecto a la Publicidad registral que recibe usted como usuario, de manera que es de carácter confidencial, conservándose el anonimato del participante. Por consiguiente, deberá leer detenidamente cada ítem y en función a su criterio marque con una “X” la alternativa que este apropiada, considerando la siguiente escala que se detalla a continuación:

Datos referenciales:

Sexo: Masculino Femenino Edad:

1	2	3		4	5
NUN A	CASI NUN CA	A VECE S		CASI SIEMP RE	SIEMP RE

VARIABLE PUBLICIDAD REGISTRAL						
N.º	Preguntas	Alternativas				
		1	2	3	4	5

1	LA PUBLICIDAD FORMAL SIMPLE La Boleta informativa contiene suficiente información jurídica válida como resultado de las inscripciones registrales.					
2	Las Copias Informativas constituyen la reproducción fidedigna del original simple del título archivado y partida registral que se encuentran en el Archivo Registral					
3	La Búsqueda de los Índices Informáticos está determinada a brindar información jurídica de los actos, derechos y contratos registrados y no registrados.					

4	La Exhibición de los Títulos Archivados es un medio de publicidad directa que brinda el archivo registral					
5	La Visualización de la Partida Electrónica es el acceso digital de los Asientos Registrales inscritos en Partida Electrónicas.					
6	LA PUBLICIDAD FORMAL CERTIFICADA El Certificado Literal es una copia certificada total o parcial de una Partida Registral, es de fácil comprensión.					
7	La existencia de Cargas y Gravámenes y otras afectaciones vigentes respecto del bien, requieren que se anexe su Certificado Literal en un Certificado de Cargas y Gravámenes.					
8	El Certificado Positivo acredita la existencia de una inscripción respecto al dominio en determinado Registro Jurídico.					

10	La Vigencia de Poder da credibilidad de la existencia y eficacia de un acto o derecho a la fecha de su expedición en determinado registro jurídico.					
11	El Certificado Registral Inmobiliario es la integración del certificado de gravamen y el certificado literal. La información está referida a la descripción del inmueble, la titularidad, las cargas y gravámenes vigentes, las anotaciones en el registro personal y los datos adicionales de relevancia para conocimiento de terceros.					
12	El Certificado de Búsqueda Catastral acredita si el polígono descrito en el plano presentado se encuentra inmatriculado o si parcial o totalmente forma parte de un predio ya inscrito					
13	El Duplicado de Tarjeta de Identificación Vehicular acredita los datos generales del vehículo, la sede de la oficina que emite la tarjeta a la cual pertenece, número de la partida registral del vehículo, número de la Placa única nacional de rodaje.					
9	El Certificado Negativo acredita la inexistencia de una inscripción respecto al dominio en determinado Registro Jurídico.					

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA CALIDAD DE SERVICIO

ESCALA DE LA CALIDAD DE SERVICIO

N°	Dirección del Item	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹		Relevancia ¹		Clandad ²		Sugerencias/Observaciones
			SI	No	SI	No	SI	No	
DIMENSIÓN 1: ELEMENTOS TANGIBLES									
1	Directo	¿La SUNARP- Oficina registral de Casma cuenta con infraestructura, mobiliario, equipos modernos para una atención adecuada?	X						
2	Directo	¿La SUNARP- Oficina registral de Casma cuenta con equipos tecnológicos disponibles y materiales necesarios para la atención?	X						
3	Directo	¿ Los usuarios de la SUNARP- Oficina registral de Casma está bien uniformado y proyecta una imagen y estética adecuada?					X		
4	Directo	¿Considera usted que los de Mesa de partes de la SUNARP- Oficina registral de Casma utilizan materiales y equipos adecuados para un mejor servicio?			X				
DIMENSIÓN 2 : CAPACIDAD DE ATENCIÓN									
5	Directo	¿Considera que el asesor de atención al usuario se preocupa por dar una excelente atención?			X				

[Handwritten signature and stamp]
 MSTR. GUSTAVO MORALES
 Reg. CAS 410
 MSTR. GUSTAVO MORALES

6	Directo	¿El asesor de atención al usuario tiene un alto grado de compromiso, ayuda y brinda orientación con los usuarios?			X				
DIMENSIÓN 3: EMPATIA									
07	Directo	¿Considera usted que el asesor de atención al usuario escucha y comprende las necesidades de sus usuarios y le brinda una atención personalizada?			X				
08	Directo	¿La SUNARP- Oficina registral de Casma se preocupa por atender con interés a los usuarios al comprender sus necesidades de apoyo registral?			X				
DIMENSIÓN 4 : FIABILIDAD									
09	Directo	¿Considera que la SUNARP- Oficina registral de Casma posee la experiencia necesaria en cada una de sus áreas funcionales, contabilidad, sistema de información y reporte de información registral?					X		
10	Directo	¿Considera que el asesor de atención al usuario escucha y tiene los recursos necesarios para desarrollar su trabajo?			X				

DIMENSIÓN 5 : SEGURIDAD			SI	No	SI	No	SI	No
11	Directo	¿Los asesores de atención al usuario escuchan y demuestran dominio acerca de los tramites registrales que imparten?			X			
12	Directo	¿Los asesores de atención al usuario están muy bien capacitados para brindar información sobre un trámite registral?					X	

[Handwritten signature and stamp]
 MSTR. GUSTAVO MORALES
 Reg. CAS 410
 MSTR. GUSTAVO MORALES

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA PUBLICIDAD REGISTRAL
CUESTIONARIO DE LA PUBLICIDAD REGISTRAL

N°	Dirección del ítem	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Clandad ³		Sugerencias/Observaciones
			Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: PUBLICIDAD FORMAL SIMPLE			Si	No	Si	No	Si	No	
1	Directo	La Boleta informativa contiene suficiente información jurídica válida como resultado de las inscripciones registrales.	X						
2	Directo	Las Copias Informativas constituyen la reproducción fidedigna del original simple del título archivado y partida registral que se encuentran en el Archivo Registral			X				
3	Directo	Las Copias Informativas constituyen la reproducción fidedigna del original simple del título archivado y partida registral que se encuentran en el Archivo Registral			X				SECRET (2)
4	Directo	La Exhibición de los Títulos Archivados es un medio de publicidad directa que brinda el archivo registral	X						
5	Directo	La Visualización de la Partida Electrónica es el acceso digital de los Asientos Registrales inscritos en Partida Electrónicas.					X		
DIMENSIÓN 2: PUBLICIDAD FORMAL CERTIFICADA			Si	No	Si	No	Si	No	
7	Directo	El Certificado Literal es una copia certificada total o parcial de una Partida Registral, es de fácil comprensión.					X		
6	Directo	¿El asesor de atención al usuario tiene un alto grado de compromiso, ayuda y brinda orientación con los usuarios?			X				

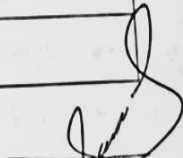
[Handwritten signature]
 M. GUSTAVO PACHECO
 ASesor ASISTENTE
 ASesor CAS 409
 M. GUSTAVO PACHECO

7	Directo	El Certificado Positivo acredita la existencia de una inscripción respecto al dominio en determinado Registro Jurídico	X						
8	Directo	El Certificado Positivo acredita la existencia de una inscripción respecto al dominio en determinado Registro Jurídico	X						SECRET (2)
9	Directo	El Certificado Negativo acredita la inexistencia de una inscripción respecto al dominio en determinado Registro Jurídico "registral"	X						
10	Directo	La vigencia de Poder de credibilidad de la existencia y eficacia de un acto o derecho a la fecha de su expedición en determinado registro jurídico			X				
11	Directo	El Certificado Registral Inmobiliario es la integración del certificado de gravamen y el certificado literal. La información está referida a la descripción del inmueble, la identidad, los valores y gravámenes vigentes, las anotaciones en el registro personal y los datos adicionales de relevancia para conocimiento de terceros			X				
12	Directo	El Certificado de Búsqueda Catastral acredita si el pólizmo descrito en el plano presentado se encuentra inscrito en el plano o totalmente fuera parte de un predio ya inscrito			X				
13	Directo	El Duplicado de Partida de identificación vehicular acredita los datos generales del vehículo, la sede de la oficina que emite la tarjeta a la cual pertenece, número			X				


[Handwritten signature]
 M. GUSTAVO PACHECO
 ASesor ASISTENTE
 ASesor CAS 409
 M. GUSTAVO PACHECO

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA CALIDAD DE SERVICIO
ESCALA DE LA CALIDAD DE SERVICIO**

N°	Dirección del ítem	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias/Observaciones
			Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: ELEMENTOS TANGIBLES			Si	No	Si	No	Si	No	
1	Directo	¿Los empleados de la SUNARP- Oficina registral de Casma cuenta con infraestructura, mobiliario, ¿equipos modernos para una atención adecuada?	X		X		X		
2	Directo	¿Los empleados de la SUNARP- Oficina registral de Casma cuenta con equipos tecnológicos disponibles y materiales necesarios para la atención?	X		X		X		
3	Directo	¿Los empleados de la de la SUNARP- Oficina registral de Casma están bien uniformados y proyectan una imagen y estética adecuada?	X		X		X		
4	Directo	¿Considera usted que los empleados de Mesa de partes de la SUNARP- Oficina registral de Casma utilizan materiales y equipos adecuados para un mejor servicio?	X		X		X		
DIMENSIÓN 2 : CAPACIDAD DE ATENCIÓN			Si	No	Si	No	Si	No	
5	Directo	¿Considera que el asesor de atención al usuario se preocupa por dar una excelente atención?	X		X		X		
6	Directo	¿El asesor de atención al usuario tiene un alto grado de compromiso, ayuda y brinda orientación con los usuarios?	X		X		X		

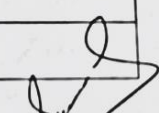

 Javier N. Cabello Polo
 REG. CIP 120999
 ING. CIVIL

DIMENSIÓN 3: EMPATIA			Si	No	Si	No	Si	No
07	Directo	¿Considera usted que el asesor de atención al usuario escucha y comprende las necesidades de los usuarios y le brinda una atención personalizada?	X		X		X	
08	Directo	¿Los empleados de la SUNARP- Oficina registral de Casma se preocupan por atender con interés a los usuarios al comprender sus necesidades de apoyo registral?	X		X		X	
DIMENSIÓN 4 : FIABILIDAD			Si	No	Si	No	Si	No
09	Directo	¿Considera que los empleados de la SUNARP- Oficina registral de Casma poseen la experiencia necesaria en cada una de sus áreas funcionales, contabilidad, sistema de información y reporte de información registral?	X		X		X	
10	Directo	¿Considera que el asesor de atención al usuario escucha y tiene los recursos necesarios para desarrollar su trabajo?	X		X		X	
DIMENSIÓN 5 : SEGURIDAD			Si	No	Si	No	Si	No
11	Directo	¿El asesor de atención al usuario escucha y demuestra dominio acerca de los tramites registrales que imparten?	X		X		X	
12	Directo	¿El asesor de atención al usuario está muy bien capacitado para brindar información sobre un trámite registral?	X		X		X	

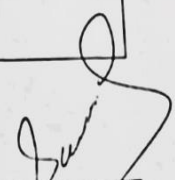

 Javier N. Cabello Polo
 REG. CIP 120999
 ING. CIVIL

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA PUBLICIDAD REGISTRAL
CUESTIONARIO DE LA PUBLICIDAD REGISTRAL**

Nº	Dirección del ítem	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias/Observaciones
			Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: PUBLICIDAD FORMAL SIMPLE									
1	Directo	La Boleta informativa contiene suficiente información jurídica válida como resultado de las inscripciones registrales.	X		X		X		
2	Directo	Las Copias Informativas constituyen la reproducción fidedigna del original simple del título archivado y partida registral que se encuentran en el Archivo Registral.	X		X		X		
3	Directo	La Búsqueda de los Índices Informáticos está determinada a brindar información jurídica de los actos, derechos y contratos registrados y no registrados.	X		X		X		
4	Directo	La Exhibición de los Títulos Archivados es un medio de publicidad directa que brinda el archivo registral.	X		X		X		
5	Directo	La Visualización de la Partida Electrónica es el acceso digital de los Asientos Registrales inscritos en Partida Electrónicas.	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: PUBLICIDAD FORMAL CERTIFICADA									
6	Directo	El Certificado Literal es una copia certificada total o parcial de una Partida Registral, es de fácil comprensión.	X		X		X		
7	Directo	La existencia de Cargas y Gravámenes y otras afectaciones vigentes respecto del bien, requieren que se anexe su Certificado Literal en un Certificado de Cargas y Gravámenes.	X		X		X		
8	Directo	El Certificado Positivo acredita la existencia de una inscripción respecto al dominio en determinado Registro Jurídico.	X		X		X		


 Javier A. Cabello Polo
 REG. CIP 120999
 ING. CIVIL

9	Directo	El Certificado Negativo acredita la inexistencia de una inscripción respecto al dominio en determinado Registro Jurídico.	X		X		X		
10	Directo	La Vigencia de Poder da credibilidad de la existencia y eficacia de un acto o derecho a la fecha de su expedición en determinado registro jurídico.	X		X		X		
11	Directo	El Certificado Registral Inmobiliario es la integración del certificado de gravamen y el certificado literal. La información está referida a la descripción del inmueble, la titularidad, las cargas y gravámenes vigentes, las anotaciones en el registro personal y los datos adicionales de relevancia para conocimiento de terceros.	X		X		X		
12	Directo	El Certificado de Búsqueda Catastral acredita si el polígono descrito en el plano presentado se encuentra inmatriculado o si parcial o totalmente forma parte de un predio ya inscrito.	X		X		X		
13	Directo	El Duplicado de Tarjeta de Identificación Vehicular acredita los datos generales del vehículo, la sede de la oficina que emite la tarjeta a la cual pertenece, número de la partida registral del vehículo, número de la Placa única nacional de rodaje.	X		X		X		


 Javier A. Cabello Polo
 REG. CIP 120999
 ING. CIVIL

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA CALIDAD DE SERVICIO
ESCALA DE LA CALIDAD DE SERVICIO**

N°	Dirección n del item	DIMENSIONES / items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Clandad ³		Sugerencias/Observaciones
			Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: ELEMENTOS TANGIBLES									
1	Directo	¿Los empleados de la SUNARP- Oficina registral de Casma cuenta con infraestructura, mobiliario, ¿equipos modernos para una atención adecuada?	X		X		X		
2	Directo	¿Los empleados de la SUNARP- Oficina registral de Casma cuenta con equipos tecnológicos disponibles y materiales necesarios para la atención?	X		X		X		
3	Directo	¿Los empleados de la SUNARP- Oficina registral de Casma están bien uniformados y proyectan una imagen y estética adecuada?	X		X		X		
4	Directo	¿Considera usted que los empleados de Mesa de partes de la SUNARP- Oficina registral de Casma utilizan materiales y equipos adecuados para un mejor servicio?	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: CAPACIDAD DE ATENCIÓN									
	Directo	¿Considera que el asesor de atención al usuario se preocupa por dar una excelente atención?	X		X		X		
	Directo	¿El asesor de atención al usuario tiene un alto grado de compromiso, ayuda y brinda orientación con los usuarios?	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: EMPATIA									

[Handwritten signature]
 1. unificada y lista
 2. CC. M. 06-217
 3. Casma

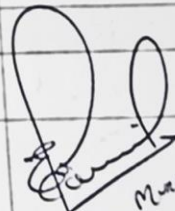
07	Directo	¿Considera usted que el asesor de atención al usuario escucha y comprende las necesidades de los usuarios y le brinda una atención personalizada?	X		X		X		
08	Directo	¿Los empleados de la SUNARP- Oficina registral de Casma se preocupan por atender con interés a los usuarios al comprender sus necesidades de apoyo registral?	X		X		X		
DIMENSIÓN 4: FIABILIDAD									
09	Directo	¿Considera que los empleados de la SUNARP- Oficina registral de Casma poseen la experiencia necesaria en cada una de sus áreas funcionales, contabilidad, sistema de información y reporte de información registral?	X		X		X		
10	Directo	¿Considera que el asesor de atención al usuario escucha y tiene los recursos necesarios para desarrollar su trabajo?	X		X		X		

DIMENSIÓN 5: SEGURIDAD			Si	No	Si	No	Si	No
11	Directo	¿El asesor de atención al usuario escucha y demuestra dominio acerca de los tramites registrales que imparten?	X		X		X	
12	Directo	¿El asesor de atención al usuario está muy bien capacitado para brindar información sobre un trámite registral?	X		X		X	

[Handwritten signature]
 Y. Anny Rosal Mercedes M...
 CEE. M. 06-2126
 en Casma, Pz. B...

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO REGISTRAL
CUESTIONARIO DE LA PUBLICIDAD REGISTRAL

N°	Dirección del ítem	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias/Observaciones
			Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: PUBLICIDAD FORMAL SIMPLE									
1	Directo	La Boleta informativa contiene suficiente información jurídica válida como resultado de las inscripciones registrales	X		X		X		
2	Directo	Las Copias Informativas constituyen la reproducción fidedigna del original simple del título archivado y partida registral que se encuentran en el Archivo Registral	X		X		X		
3	Directo	La Búsqueda de los Índices Informáticos está determinada a brindar información jurídica de los actos, derechos y contratos registrados y no registrados.	X		X		X		
4	Directo	La Exhibición de los Títulos Archivados es un medio de publicidad directa que brinda el archivo registral	X		X		X		
5	Directo	La Visualización de la Partida Electrónica es el acceso digital de los Asientos Registrales inscritos en Partida Electrónicas.	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: PUBLICIDAD FORMAL CERTIFICADA									
6	Directo	El Certificado Literal es una copia certificada total o parcial de una Partida Registral es de fácil comprensión	X		X		X		
7	Directo	La existencia de Cargas, Gravámenes y otras afectaciones vigentes respecto del bien, requieren que se anexe su Certificado Literal en un Certificado de Cargas y Gravámenes	X		X		X		


 Gladys Espinoza Macías Macías
 CRC Matr. 06.2126
 Abogada en Genoa, P.R.

8	Directo	El Certificado Positivo acredita la existencia de una inscripción respecto al dominio en determinado Registro Jurídico	X		X	X	
9	Directo	El Certificado Negativo acredita la inexistencia de una inscripción respecto al dominio en determinado Registro Jurídico	X		X	X	
10	Directo	La Vigencia de Poder da credibilidad de la existencia y eficacia de un acto o derecho a la fecha de su expedición en determinado registro jurídico.	X		X	X	
11	Directo	El Certificado Registral Inmobiliario es la integración del certificado de gravamen y el certificado literal. La información está referida a la descripción del inmueble, la titularidad, las cargas y gravámenes vigentes, las anotaciones en el registro personal y los datos adicionales de relevancia para conocimiento de terceros.	X		X	X	
12	Directo	El Certificado de Búsqueda Catastral acredita si el polígono descrito en el plano presentado se encuentra inmatriculado o si parcial o totalmente forma parte de un predio ya inscrito	X		X	X	
13	Directo	El Duplicado de Tarjeta de Identificación Vehicular acredita los datos generales del vehículo, la sede de la oficina que emite la tarjeta a la cual pertenece, número de la partida registral del vehículo, número de la Placa única nacional de rodaje	X		X	X	

[Handwritten Signature]
 Gladys Chuleta Murrill Murrill
 CPCC n.º. 06-2126
 Locutor en Gerencia Pública

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO CUESTIONARIO DE PUBLICIDAD REGISTRAL

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: LUIS ALBERTO MURRIEL SANTOLALLA

DNI: 32130801

Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

01	ASISTENTE REGISTRAL		
02	DOCENTE UNIVERSITARIO		

Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

01				
02				
03				

- ¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto técnico formulado.
- ²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

[Handwritten Signature]
 Luis Alberto Murrill Santolalla
 Boquete
 Reg. CAS 489
 MGN. GERENCIA PÚBLICA

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO ESCALA DE LA CALIDAD DE SERVICIO

Observaciones:

de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable [] Opinión

Apellidos y nombres del juez validador Ing. / Mg: JAVIER NICANOR CABELLO POLO
DNI: 32101952

Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

01	Gerente General del Instituto Vial Prov. Casera		
02	Licenciado en Educación Secundaria		

Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

01				
02				
03				

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



 Javier N. Cabello Polo
 REG. CIP 120995
 ING. CIVIL

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO CUESTIONARIO DE PUBLICIDAD REGISTRAL

Observaciones:

Opinión

de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Ing. / Mg: JAVIER NICANOR CABELLO POLO

DNI: 32101952

Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

01	Gerente General del Instituto Vial Prov. Casma		
02	Licenciado en Educación Secundaria		

Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

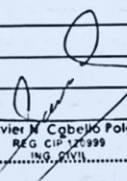
01				
02				
03				

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

⁴Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


 Javier M. Cabello Polo
 REG. CIP 326999
 ING. CIVIL

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO ESCALA DE LA CALIDAD DE SERVICIO

Observaciones: _____ Opinión

de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Ing. / Mg. MANUEL ENRIQUE MURRIEL MONTES
 DNI: 43323464

Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

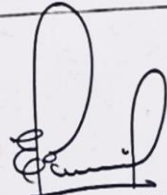
01	Gerente Municipal		
02	Contador Público		

Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

01				
02				
03				

- ¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado
- ²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia: se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Manuel Enrique Murriel Montes
 CPA Mat. 06-2726
 Licencia en Gestión Pública

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO CUESTIONARIO DE PUBLICIDAD REGISTRAL

Observaciones: _____ Opinión

de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Ing. / Mg: MURRIEL MONTES MANUEL ENRIQUE

DNI: 43323464

Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

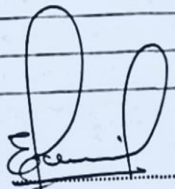
01	Gerente Municipal		
02	Contador Público		

Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

01					
02					
03					

- ¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto técnico formulado
- ²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia: se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


 Murriel Montes Manuel Enrique
 CPCC Mat. 06-2126
 MAGISTER EN GESTIÓN PÚBLICA.

Ficha Técnica de Nivel de Publicidad Registral

CUESTIONARIO DE NIVEL DE PUBLICIDAD REGISTRAL

I. DATOS INFORMATIVOS:

- 1.1. **Técnica e instrumento:** Encuesta
- 1.2. **Nombre del instrumento:** Cuestionario
- 1.3. **Lugar:** Ciudad de Casma
- 1.4. **Forma de aplicación:** Individual
- 1.5. **Autor original:** Castro Flores Noemi Rosario
- 1.6. **Medición:** Nivel de Publicidad Registral
- 1.7. **Aplicado a:** Usuarios de la SUNARP- Oficina registral de Casma, 2022
- 1.8. **Tiempo de aplicación:** 15 minutos.

II. OBJETIVO DEL INSTRUMENTO:

El objetivo del instrumento es analizar el nivel de Publicidad Registral que perciben los usuarios de la SUNARP- Oficina registral de Casma, 2022.

III. INSTRUCCIONES:

- 1. El cuestionario sobre variable nivel de Publicidad Registral presenta 13 ítems, está constituido por las siguientes dimensiones Publicidad Formal Simple (1, 2, 3, 4, 5, ítems), Publicidad Formal Certificada (6, 7, 8, 9,10, 11, 12 y 13).
- 2. Las alternativas para cada ítem cuentan con una valoración de 1 a 5 puntos cada uno (Nunca = 1, Casi Nunca = 2, A veces = 3, Casi Siempre = 4 y Siempre = 5).

3. Los niveles para describir la variable son: Muy Bajo, Bajo, Medio, Alto y Muy Alto.

IV. MATERIALES NECESARIOS

Se necesitó fotocopias del cuestionario, lapiceros y laptop para sacar los resultados estadísticos.

V. VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD

La validación del instrumento fue sometido a un juicio por 3 expertos de la Universidad Cesar Vallejo y luego de la aceptación se empezó aplicar los cuestionarios.

Para establecer la confiabilidad del instrumento, test de nivel de Publicidad Registral, se aplicara una prueba piloto; posterior a ello, los resultados serán sometidos a los procedimientos del método Alfa de Cronbach, citado por Hernández et al. (2014); el cálculo de confiabilidad que se obtuvo del instrumento fue $\alpha = 0.86$, resultado que a luz de la tabla de valoración e interpretación de los resultados de Alfa de Cronbach se asume como una

confiabilidad buena, que permitió determinar que el instrumento proporciona la confiabilidad necesaria para su aplicación. **Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N° de elementos
0.86	13

VI. EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

- DISTRIBUCIÓN DE ÍTEMS POR DIMENSIÓN



DIMENSIONES	ÍTEMS
Publicidad Formal Simple	1, 2, 3, 4 y 5
Publicidad Formal Certificada	6, 7, 8, 9, 10, 11, 12 y 13

PUNTAJE POR DIMENSIÓN Y VARIABLE

- Variable Dependiente: Nivel de Publicidad Registral

Niveles	A nivel Variable	D1	D2
Bajo	12 – 27	3 – 7	5 - 11
Regular	28 -43	8 – 12	12 – 18
Alto	44 – 60	13 – 15	19 – 25

Anexo N° 4: Carta de autorización de la institución

	PERÚ	Ministerio de Justicia y Derechos Humanos	Superintendencia Nacional de los Registros Públicos
<i>"Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres"</i> <i>"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"</i> <i>"Año del Bicentenario del Congreso de la República del Perú"</i>			
CASMA, 30 de junio de 2022			<small>Formado digitalmente por Sra. JONATHAN DAVID VALVERDE TORRES Fecha: 2022-06-30 12:59:32-0500</small>
OFICIO No 00004-2022-SUNARP/ZRVII/UREG/CASMA			
Sra. NOEMI ROSARIO CASTRO FLORES			
Ciudad. - Casma			
Asunto: Autorización aplicación de encuestas			
Referencia: solicitud			
De mi consideración:			
Tengo el agrado de dirigirme a usted, vista la solicitud sobre la aplicación de encuesta respecto a la elaboración de tesis "Calidad de servicio y publicidad registral en los usuarios de la SUNARP- Oficina registral de Casma, y visto el proveido de Asesoría Jurídica:			
<i>PROVEIDO S. ZRVII/UNIDAD DE ASESORIA JURIDICA(UAJ)/ALDO ROMMEL PEÑA GARCIA-14/06/2022 18:29 OBS: JHONATHAN: FAVOR DE BRINDAR LAS FACILIDADES AL PEDIDO DE ENCUESTA REALIZADA POR LA SRTA. NOEMI ROSARIO CASTRO FLORES EN LA OFICINA REGISTRAL DE CASMA POR MOTIVOS DE INVESTIGACIÓN (TESIS). LA UNIDAD DE ASESORIA JURIDICA OPINA FAVORABLEMENTE PARA QUE EN TU CONDICIÓN DE RESPONSABLE DE OFICINA PUEDAS AUTORIZAR SU REALIZACIÓN. FAVOR DE COORDINAR CON LA SOLICITANTE.</i>			
Se brindaran las facilidades para aplicación de la misma. Así mismo indicar que la encuesta debe aplicarse fuera del horario laboral y no afecte la atención al público			
Atentamente,			
Firmado digitalmente <JONATHAN DAVID VALVERDE TORRES> <ENCARGADO DE OFICINA REGISTRAL/CASMA/ > <ZONA REGISTRAL N° VII SEDE - HUARAZ> – SUNARP			
<small>Esta es una copia autentica imprimible de un documento electrónico archivado por la SUNARP, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 del Decreto Supremo N° 070-2013-PCM y la Ley N° 27122</small>		<small>Superintendencia Nacional de los Registros Públicos Sede Central: Av. Primavera N° 1878, Santiago de Surco - Lima Teléfono: 208.2100 / Email: atencion@sunarp.gob.pe</small>	

OFICIO No 00005-2022-SUNARP/ZRVII/UREG/CASMA

Sra. NOEMI ROSARIO CASTRO FLORES

Ciudad. - Casma

Asunto: Respuesta solicitud

De mi consideración:

Tengo el agrado de dirigirme a usted, mediante el presente informar que según el reporte de publicidades atendidas en el mes de mayo en la Oficina Registral de Casma, se logró atender a 2460 usuarios, cabe señalar que la cantidad mencionada incluye usuarios que fueron atendidos en modo presencial y virtual.

Oficina Registral de Casma	Atención de solicitudes de publicidad registral	Acto Registral	2,460
	Registro de Propiedad Inmueble	Acto Registral	1722
	Registro de Personas Jurídicas	Acto Registral	182
	Inscripción de Personas Naturales	Acto Registral	175
	Inscripción de Bienes Muebles	Acto Registral	381

Es propicia la ocasión para expresarle mis muestras de consideración y estima personal.

Atentamente,

Firmado digitalmente
 <JONATHAN DAVID VALVERDE TORRES>
 <ENCARGADO DE LA OFICINA REGISTRAL DE CASMA >











