



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN GESTIÓN
PÚBLICA**

Gestión de reclamos y satisfacción del usuario en la Superintendencia
Nacional de Registros Públicos, sede Tarapoto - 2022

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestra en Gestión Pública

AUTORA:

Macedo Meléndez, Wendy Juleysi (ORCID:0000-0002-2594-6033)

ASESOR:

Mgtr. Encomenderos Bancallán, Ivo Martín (ORCID: 0000-0001-5490-0547)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Reforma y modernización del Estado

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

TARAPOTO – PERÚ

2022

Dedicatoria

A Dios, a mis padres por enseñarme buenos valores, sobre todo a ser perseverante en todos mis sueños.

Wendy

Agradecimiento

A mi familia, por estar motivándome cada día, hasta cumplir este gran logro en mi vida.

La autora

Índice de contenido

Carátula.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenido	iv
Índice de tablas	v
Índice de figura	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I.INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA.....	30
3.1. Tipo y diseño de investigación	30
3.2. Variables y operacionalización	31
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo y unidad de análisis.....	31
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	32
3.5. Procedimientos.....	34
3.6. Métodos de análisis de datos.....	35
3.7. Aspectos éticos	35
IV.RESULTADOS.....	36
V.DISCUSIÓN	40
VI. CONCLUSIONES	44
VII. RECOMENDACIONES	45
REFERENCIAS	46
ANEXOS.....	54

Índice de tablas

Tabla 1.	Nivel de gestión de reclamos del usuario en la Sunarp, sede Tarapoto - 2022.....	36
Tabla 2.	Nivel de satisfacción del usuario en la Sunarp, sede Tarapoto - 2022	36
Tabla 3.	Prueba de normalidad.....	37
Tabla 4.	Relación entre las dimensiones de la gestión de reclamos y la satisfacción del usuario en la Sunarp, sede Tarapoto 2022.....	37
Tabla 5.	Relación entre la gestión de reclamos y la satisfacción del usuario en la Sunarp, sede Tarapoto 2022.....	38

Índice de figura

Figura 1.	Gráfico de dispersión entre la gestión de reclamos y la satisfacción del usuario.....	38
-----------	---	----

Resumen

La investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la gestión de reclamos y la satisfacción del usuario en la Sunarp, sede Tarapoto - 2022. La investigación fue tipo básica, diseño no experimental, transversal y descriptivo correlacional, cuya población fue de 200 usuarios y la muestra fue de 132. La técnica de recolección de datos fue la encuesta y como instrumento el cuestionario. La confiabilidad de la variable gestión de reclamos fue 0.982 y la variable satisfacción de usuarios fue de 0.974, lo que indica que son confiables, asimismo resultados determinaron que el nivel de gestión de reclamos, fue medio en 59 %, bajo en 30 % y alto en 11 %; la satisfacción del usuario, fue medio en 55 %, bajo en 26 % y alto en 19 %. Concluyendo que existe relación significativa entre la gestión de reclamos y la satisfacción del usuario en la Sunarp, sede Tarapoto - 2022, ya que el análisis estadístico de Rho de Spearman fue de 0,978 (correlación positiva muy alta) y un p valor igual a 0,000 ($p\text{-valor} \leq 0.01$); además, solo el 95.65 % de la gestión de reclamos influye en la satisfacción del usuario.

Palabras clave: Gestión, satisfacción, usuario.

Abstract

The objective of the research was to determine the relationship between claims management and user satisfaction at Sunarp, Tarapoto headquarters - 2022. The research was basic type, non-experimental, cross-sectional and descriptive correlational design, whose population was 200 users and the sample was 132. The data collection technique was the survey and the questionnaire as an instrument. The reliability of the claims management variable was 0.982 and the user satisfaction variable was 0.974, which indicates that they are reliable. Likewise, the results determined that the level of claims management was medium at 59%, low at 30% and high. in 11%; user satisfaction was medium in 55%, low in 26% and high in 19%. Concluding that there is a significant relationship between claims management and user satisfaction at Sunarp, Tarapoto - 2022, since the statistical analysis of Spearman's Rho was 0.978 (very high positive correlation) and a p value equal to 0.000 ($p\text{-value} \leq 0.01$); furthermore, only 95.65% of claims management influence user satisfaction.

Keywords: Management, satisfaction, user.

I. INTRODUCCIÓN

De acuerdo a los diversos estudios a nivel internacional que se han llevado a cabo respecto a la efectividad con la que se desarrolla las gestiones dentro de las organizaciones, se menciona que existe una gran problemática que gira en torno a la satisfacción de los usuarios externos, puesto que dentro de las instituciones no se logra cumplir a cabalidad con las expectativas y demandas de los usuarios, lo cual perjudica notoriamente a la imagen que se muestra a la sociedad, puesto que un usuario insatisfecho se convierte en un portavoz que comunica su mala experiencia en al menos 13 personas, mientras que, un usuario que es atendido de manera adecuada comparte su experiencia con al menos tres personas; lo anterior ha revelado la necesidad de llevar a cabo una prestación de calidad donde se proyecte valor a los clientes y se atienda adecuadamente sus reclamos e inconvenientes (Izquierdo, 2021; Ruiz, 2020).

A nivel de Latinoamérica, en países como Colombia y Argentina, las instituciones encargadas de fiscalizar y brindar acceso a la inmatriculación de las propiedades son las entidades del Estado que otorgan derechos a través de las diversas oficinas de registro público, quienes brindan a través de sus servicios la oportunidad de facilitar el acceso al proceso de un negocio confiable, convirtiéndose de esta manera al Gobierno como un ente que brinda confianza y eficiencia. Contribuyendo de manera directa a un desarrollo social y económico a través de diversos mecanismos que transparenten la gestión. Es en razón a todo ello que resulta necesario brindar servicios de calidad, siendo éstos vitales para el desarrollo especialmente en el sector público puesto que los usuarios necesitan contar con mayor grado de información para que en razón a ello puedan tomar las decisiones que consideren favorables (OCDE, 2021).

En el Perú, según Tejada (2020) refiere que se presentan ciertas problemáticas al momento en que los ciudadanos realizan sus trámites, refiere que un 40% de ellos tiene ciertas dificultades respecto a una infraestructura inadecuada, un 20% considera que el tiempo de atención no es el correcto, un 10% considera que esta búsqueda de información no cuenta con un

proceso adecuado y el 30%, refiere que los trámites ambulatorios que se realizan presentan diversas dificultades.

En la región san Martín, de todo ello se puede inferir que la problemática se encuentra originada en la falta de acceso al registro de la propiedad privada de los sectores que se encuentran menos favorecidos haciendo de esta manera el acceso al financiamiento imposible, generando a su vez pocas oportunidades de desarrollo (Ruiz, 2020).

En el plano local, la SUNARP, es aquella institución que forma parte del Estado que ejecuta acciones en referencia a la formalidad de contratos, y, a su vez, facilita el acceso a información con respecto a la propiedad de una manera ágil y oportuna, sin embargo, se encuentran frente a una realidad donde priman los actos de corrupción. Todas las instituciones deben velar por brindar servicios de calidad para la satisfacción efectiva de sus usuarios, en la ciudad de Tarapoto, se cuenta con una oficina descentralizada, ahora se habla del crecimiento exponencial respecto a los bienes muebles e inmuebles, exigiendo la demanda de servicios efectivos.

Tomando como referencia lo expuesto en los párrafos anteriores, se ha definido como **problema general**: ¿Cuál es la relación entre la gestión de reclamos y la satisfacción del usuario en la Sunarp, sede Tarapoto - 2022? y los siguientes **problemas específicos**: ¿Cuál es el nivel de gestión de reclamos del usuario en la Sunarp, sede Tarapoto - 2022?; ¿Cuál es el nivel de satisfacción del usuario en la Sunarp, sede Tarapoto - 2022?; ¿Cuál es la relación entre las dimensiones de la gestión de reclamos y la satisfacción del usuario en la Sunarp, sede Tarapoto - 2022?

El presente texto fue **conveniente**, pues el presente estudio surgió del hecho de poder dar una posible solución de acuerdo a los problemas identificados, así también el estudio tuvo **relevancia social**, ya que permitió conocer cuál fue el proceso de reclamo, cuales son las falencias que tuvo la entidad y en base a ello, generar las mejoras respectivas, en cuanto al **valor teórico** se orientó en los temas abordados en la investigación mediante teoría de alguno de los autores citados, referido a las **implicancias prácticas**, a través del estudio se plantearon soluciones con respecto a las problemáticas detectadas

dentro de la entidad y finalmente se justificó por **utilidad metodológica** a raíz de la investigación se crearon el instrumento que pudo ser usado para investigaciones futuras con respecto a las variables.

Como **objetivo general**, determinar la relación entre la gestión de reclamos y la satisfacción del usuario en la Sunarp, sede Tarapoto - 2022, y como **objetivos específicos**: Identificar el nivel de gestión de reclamos del usuario en la Sunarp, sede Tarapoto - 2022. Identificar el nivel de satisfacción del usuario en la Sunarp, sede Tarapoto - 2022. Conocer la relación entre las dimensiones de la gestión de reclamos y la satisfacción de del usuario en la Sunarp, sede Tarapoto - 2022.

Las hipótesis planteadas fueron, a nivel **general**: Hi: Existe relación significativa entre la gestión de reclamos y la satisfacción del usuario en la Sunarp, sede Tarapoto - 2022, y a nivel **específico**: H1: El nivel de gestión de reclamos en la Sunarp, sede Tarapoto - 20221 es alta. H2: El nivel de satisfacción de del usuario en la Sunarp, sede Tarapoto - 2022, es alta, H3: Existe relación significativa entre las dimensiones de la gestión de reclamos y la satisfacción de del usuario en la Sunarp, sede Tarapoto - 2022.

II. MARCO TEÓRICO

Dentro del **marco internacional**, se tiene a Valverde y Hurel (2021) cuyos autores han considerado el desarrollo de una investigación básica, teniendo en cuenta un diseño basado en lo no experimental, asimismo, se consideró como cantidad poblacional y muestral a 200 colaboradores, para el cual además utilizaron a la encuesta mediante el despliegue de su cuestionario. concluyeron que: la atención de los reclamos está relacionada con el área con más necesidades con respecto a una reformulación y una adaptación de acuerdo a las nuevas exigencias que plantea el entorno y los usuarios. De acuerdo al nuevo contexto desarrollado a raíz de la pandemia, resulta necesario que las entidades financieras reduzcan la atención presencial en sus sucursales, es por ello que se necesita la implementación de ciertos entornos virtuales para dar una atención al usuario, a fin de que éstos se encuentren satisfechos con las atenciones que se les brinda.

A su vez se citó a Aristizábal (2020) cuyo estudio pertenece al tipo básico, al mismo tiempo que pertenece al diseño no experimental, tanto la población como la muestra consideró un total de 95 usuarios, mismos que han sido sometidos al desarrollo de la encuesta por medio de la aplicación directa del cuestionario. Concluyó que, en relación a los datos obtenidos se ha podido determinar que el análisis de la satisfacción, siendo el nivel de insatisfecho en la medida que no se logró cumplir a cabalidad con los servicios ofertados, demoras en la atención, quejas y reclamos que hace que no se tenga una buena percepción acerca de la entidad.

Se ha considerado a Fernández et al. (2020) investigación básica, considerando a su vez el diseño no experimental, con un conjunto poblacional y muestral de 86 personas, utilizó a la encuesta a través de la aplicación de su respectivo cuestionario para obtener información pertinente. Concluyeron que: con respecto a la satisfacción de los usuarios, señalan que este es un concepto, a tomar en cuenta como una parte de las cogniciones y los afectos específicos de ciertas conductas y, a su vez son características y experiencias individuales donde se genera un determinado valor debido a la percepción de aquellos usuarios que hacen uso de los servicios que brinda.

A **nivel nacional** se consideró a Ruiz et al. (2021) en su estudio no experimental, descriptivo, 146 personas comprendieron la población y muestra, empleando dentro de la investigación una encuesta y un cuestionario. Concluyeron que: acorde a los datos obtenidos, se pudo inferir que con referencia el sistema de quejas y reclamos, éste ha generado un impacto positivo y significativo en razón de la calidad que se obtiene de la atención médica brindada. Asimismo, se ha observado que el 96% de los usuarios que se atienden dentro del hospital han señalado que este sistema funciona de una manera regular. Por otro lado, se ha podido observar que el 93% de estos usuarios consideran que la atención dada dentro de este hospital se desarrolla de una manera regular.

A su vez se ha considerado a Culqui et al. (2021) cuyo estudio se encuentra catalogado dentro del tipo básico diseñado de manera no experimental, descriptivo, tanto cantidad poblacional como muestral fueron 168 usuarios, además utilizaron a la encuesta con su respectivo instrumento el cuestionario. Concluyeron que: la razón fundamental para que las instituciones pongan en funcionamiento los sistemas de reclamos y quejas respecto a la calidad viene a ser la necesidad de poder conocer cuáles son aquellas falencias que se presenta en el interior de las mismas con respecto a los servicios que brindan para poder repotenciarlas o implementar mejoras para la optimización de los procesos. A su vez, se ha podido evidenciar la falta de interés que tienen las entidades públicas con respecto a sus sistemas de reclamo dificultando de esta manera el conocer cuál es la calidad del servicio que brindan a la comunidad, a fin de poder determinar los puntos débiles y plantear planes de mejora respecto a ellos.

Para finalizar el ámbito nacional se ha considerado a Fernández et al. (2019) los autores consideraron pertinente realizar una investigación básica, considerando a su vez el diseño no experimental, con un conjunto poblacional y muestral de 125 trabajadores, utilizaron a la encuesta a través de la aplicación de su respectivo cuestionario para obtener información. Concluyeron que: a través de la información se pudo señalar que la satisfacción del usuario es una respuesta actitudinal que el usuario tiene con respecto a un producto o un servicio que es otorgado a él. Es por ello que

resulta necesario que las entidades e instituciones desarrollen planes orientado a la obtención de la satisfacción de sus usuarios con respecto a aquellos servicios o bienes que entregan, y de esta manera tengan una buena percepción ante la Comunidad.

A **nivel local** se tiene a Tejada (2020) quien consideró la viabilidad sobre el desarrollo de su investigación correspondiente al tipo básica, al mismo tiempo considero un diseño no experimental para integrar a 102 usuarios como parte de la cantidad poblacional y muestral; asimismo, utilizó a la encuesta mediante de la aplicación de su respectivo cuestionario para obtener información. Concluyo que, se pudo inferir la relación de manera significativa entre los temas. Asimismo, a través del Spearman, se ha podido obtener una relación media positiva, esto ha permitido determinar que, ante el incremento de la calidad del servicio, éste repercutirá de manera positiva con respecto a la satisfacción de los usuarios. A su vez, se determinó que con respecto a la satisfacción este tiene un nivel regular en un 52,9%, siendo este el valor más predominante.

A su vez se consideró a Del Águila (2021) quien ha considerado la viabilidad sobre el desarrollo de su investigación correspondiente al tipo básica, al mismo tiempo considero un diseño no experimental para integrar a 50 usuarios como parte de la cantidad poblacional y muestral; asimismo, utilizó a la encuesta a través de la aplicación de su respectivo cuestionario para obtener información. Concluyó que, existe la presencia de una correlación de tipo positiva alta con respecto a las variables de investigación. Asimismo, se obtuvo que el 87,5% de los usuarios se encuentran satisfechos, con respecto a los niveles de satisfacción, los niveles predominantes fueron. Indiferente y poco satisfecho en un 30% cada uno, siendo esto los niveles predominantes.

Finalmente se ha considerado a Gaviria (2021) quien ha considerado la viabilidad sobre el desarrollo de su investigación correspondiente al tipo básica, al mismo tiempo considero un diseño no experimental para integrar a 50 gestantes como parte de la cantidad poblacional y muestral; asimismo, utilizó a la encuesta a través de la aplicación de su respectivo cuestionario para obtener información. Concluyó que, en base a los datos que se han obtenido se ha determinado que el 90.8% de la satisfacción que experimentan

las personas dentro de la institución se deben a la calidad de los servicios ofertados dentro del hospital.

Como primera variable se tiene a la **gestión de reclamos**, de acorde con SUNARP (2021) es aquel procedimiento por el cual se realiza la recepción, la derivación, el procesamiento, el seguimiento y la atención de aquellos reclamos que son presentados por los usuarios.

Por otro lado, de acuerdo a Ruiz (2020) es un proceso que realiza para procesar, analizar y atender la solicitud de reclamo o queja que presenta un usuario, la cual se debe a las inconsistencias que se han encontrado durante la prestación de servicio o al incumplimiento que la empresa ha mostrado respecto a las promesas que ha efectuado. Bajo este devenir de ideas la PCM (2021) cataloga al reclamo como el acto de carácter administrativo por medio del cual el ciudadano tiene la libre potestad para expresar libremente su disconformidad con relación a la calidad de las prestaciones que recibe o al producto que adquiere; también, el concepto abordado puede referirse al bajo nivel de calidad respecto a la atención que reciben de parte de los profesionales que laboran dentro de la institución para llevar a cabo una solicitud, misma que puede deberse a la alta burocracia, la ineficiencia para resolver los problemas, la falta de experiencia, la nulidad en las habilidades blandas, la falta de retroalimentación o el bajo nivel de amabilidad. Siguiendo a Jug et al. (2019) y Fonseca et al. (2017), la finalidad que posee la gestión de reclamos es resolver oportunamente las dificultades e inconvenientes que presentan los públicos, llámense estos usuarios o clientes lo cual obliga a los encargados de las entidades a analizar a detalle cuáles son las causas que generan insatisfacción respecto a las prestaciones que se llevan a cabo, de modo que se pueda identificar y corregir las operaciones que no se están desarrollando eficientemente, se mejoren los procesos y se garantice que el usuario reciba el trato que se merece. En las instituciones públicas el proceso de identificación de los causales que generan disconformidad debe ser una de las prioridades de parte de los jefes o encargados, puesto que el desarrollo de un servicio óptimo forma parte de uno de los fines que se pretenden lograr con la modernización del estado.

Según Ruiz (2020) en lo concerniente a la gestión de quejas es importante que la alta dirección muestre un alto grado de compromiso para resolver las contingencias internas y externas que pueda presentar el usuario a fin de que se pueda mejorar las prestaciones de servicio, es por ello que es relevante que se revise con cierta periodicidad el proceso de cómo se gestiona las quejas y reclamos con el objetivo de identificar las falencias recurrentes y poder diseñar estrategias que permitan corregir a la brevedad posible las deficiencias que presente el proceso de atención. Aunado a esto, es importante que los directivos realicen encuestas a fin de poder conocer con exactitud el grado de satisfacción que muestran las personas y con ello sustentar el rediseño de los procesos, asimismo, es importante que se realicen auditorías internas y se consideren las recomendaciones emitidas por el público para mejorar continuamente. Por otro lado, los resultados que se obtienen deben materializarse en acciones concretas y en decisiones con miras a lograr la eficiencia en el proceso de atención de quejas.

Así mismo Ruiz (2020), hace referencia que la gestión de reclamos se basa en que la empresa pueda tener la posibilidad de mejorar tanto en los productos como en los servicios que ofrecen, ya que los clientes se sienten participativos con la empresa y eso hace que la empresa va surgiendo con cada queja o recomendación que da el cliente, si bien es cierto la gestión de reclamos viene de la mala atención del colaborador o de un mal servicio que da la empresa, ya que muchas veces las empresas contratan personal sin la experiencia adecuada para emplear en el rubro,

De igual manera, Ruiz (2020) y Fredriksson e Isaksson (2018) mencionan que es primordial que los entes atiendan de forma rápida los reclamos que exponen los usuarios y/o clientes, esto dado a que genera una imagen positiva en el público, es por ello que es imprescindible que dentro de las instituciones se implemente una oficina encargada de resolver estos impases, de tal manera que se facilite la recepción, tramitación y solución. Aunado a esto, es primordial que se cuente con personal altamente capacitado y preparado los cuales reúnan los conocimientos y las habilidades blandas suficientes a la hora de atender las contingencias que se presenten durante el proceso de atención de reclamos.

Por ende Jug et al. (2019), mencionan que la gestión de reclamos dentro de

una empresa es un elemento muy obligatorio e importante, ya que tener un libro de reclamaciones y al mismo tiempo que el cliente pueda acceder a ello da mucha confianza.

Dentro del proceso de mejora de atención respecto a las quejas y reclamos que presentan las personas el autor Reyes (2021) define que las entidades deben desarrollar un seguimiento meticuloso y continuo a todo el proceso de tratamiento de quejas así como incorporar un conjunto de técnicas que permitan evaluar cómo se desarrollan éstas y cuál es la respuesta que se emite a los usuarios, es importante también, que se recoja la suficiente información antes de tomar una decisión o veredicto ya que el resultado impactará de manera directa ya sea negativa o positivamente en el usuario, de allí la importancia de clasificar e identificar con prontitud los problemas y soluciones. Adicionalmente, es importante que la institución cuente con una política de manejo de reclamos en pos de que la toma de decisiones se encuentre pateada por un lineamiento interno y con ello se pueda minimizar el índice de recaer en faltas que generen una imagen negativa de la institución en el mercado.

Bajo este preámbulo, Cruz y Galán (2019) mencionan que las etapas que subyace en el tratamiento de los reclamos se encuentra dadas en las siguientes: Recolección de datos. Una entidad instintivamente de que se dedique al rubro privado o estatal deben mostrar interés por conocer las deficiencias que presentan el proceso de atención en relación al tratamiento de quejas, de igual modo, es importante que se identifique e implemente un conjunto de políticas y actividades que permitan resolver con prontitud las quejas emitidas por los usuarios, asegurando en lo posible la confidencialidad de sus datos. Valoración del reclamo. Todas las quejas deben ser tratadas con un mismo grado de responsabilidad puesto que estas son emitidas por las personas quienes a partir de sus dificultades y falencias consideran que es un hecho que debe resolverse con seriedad; luego de haber analizado e identificado las dificultades es importante que se brinde ayuda a los usuarios y se trabaje para mejorar las incidencias continuas. Conocimiento del grado de satisfacción referido a la gestión de quejas, es imprescindible que la organización regule sus políticas de atención y desarrolle test a los usuarios

para conocer el grado de satisfacción que estos muestran. Las encuestas o test que se realicen pueden ser tomadas de manera indirecta, es decir, por el personal de la institución o pueden desarrollarse a través de plataformas digitales contratadas.

Además, dichos autores destacan los siguientes: seguimiento y monitoreo al proceso de quejas, el área o departamento de atención a las quejas o quien haga de su vez debe contar con el recurso humano suficiente para recoger información que permita resolver la queja a través de la vía más eficiente. Comunicación sobre la respuesta del reclamo, la entidad debe utilizar los medios adecuados que permitan explicar al usuario las medidas que se han tomado para resolver su inconveniente, es relevante también que el personal desarrolle una capacidad de escucha y utilice un lenguaje sencillo que le permita explicar el porqué de la decisión a los usuarios. Mejora constante, toda organización aspira a lograr la excelencia operativa interna, por ello es fundamental que se aprenda de las deficiencias encontradas y con ello se proyecte al logro de la efectividad pues esto le permitirá mejorar notablemente sus actividades en el mercado y lograr una buena imagen en el subconsciente del usuario.

De acuerdo a Gurung et al. (2017), hace referencia que, los reclamos son de carácter fundamental dentro de una institución para que el usuario pueda efectuar ante posibles comportamientos por parte del personal que brinda los servicios, de modo que pueda hacer uso de su derecho ante estos posibles problemas que se puedan estar dando dentro de su convicción; asimismo las faltas graves que se presentan durante el servicio otorgado se debe a la falta de captación del personal para la comunicación con el usuario; es por ello que en muchos de los casos se da este tipo de inquietudes lo cual dificulta que la organización tenga una buena imagen en cuanto a la prestación de los servicios que se otorgan.

Para Carta Magna (1993) hacen mención que, los organismos tienden a efectuar estrategias que permitan mejorar los canales de recepción hacia el usuario, con colaboradores altamente capacitados para el desarrollo de las

funciones durante la ejecución de sus tareas, todo esto con el único fin de demostrar una atención basada en la calidad al usuario para que este se sienta a gusto con el trato brindado, de tal manera se desarrollen mejores las funciones y haya mejores resultados en el trato que se brinde; posterior a ello que no se pueda efectuar ningún reclamo en bien de la organización y el usuario se sienta identificado con los servicio que brinda la institución.

Para Becerril y Villa (2018) y Gurung et al. (2017) en la gestión de reclamos el personal debe mostrar ciertas competencias, comportamientos y actitudes, las cuales se mencionan a continuación: la primera consiste en saber entender y escuchar el reclamo que expone el usuario independientemente que este sea expuesto de manera frontal o sea detallada a través de las plataformas virtuales que posee la institución; la segunda consiste en estudiar a detalle cuáles son los elementos, aspectos o indicadores en los que se está teniendo dificultades ya que esto permitirá establecer políticas y prácticas para contrarrestar las deficiencias y orientar los recursos suficientes para mejorar continuamente; la tercera hace referencia a derivar el reclamo al área correspondiente de tal forma que se pueda eliminar la alta burocracia y se genere soluciones a la brevedad posible y, la última tiene que ver con brindar una respuesta concisa al cliente de manera que este conozca cuál es el resultado de su tramitación, es también importante que en este último aspecto se desarrolla un feedback para asegurarse que el usuario ha entendido a cabalidad el mensaje. (Guerrero, 2018). De allí la importancia de llevar a cabo una retroalimentación continúa respecto a los reclamos que se presentadentro de la organización, pues esto asegura que se pueda ir corrigiendo las falencias. En el aspecto normativo, la Carta Magna (1993) contempla en su 65° la protección tanto del consumidor como del usuario, por lo cual es importante que se garantice una prestación de calidad, libre de errores con respecto a la entrega de productos y servicios que se ofrece dentro de las instalaciones públicas, también, es relevante que dentro de las entidades gubernamentales exista un proceso detallado de como el cliente puede expresar su reclamo o insatisfacción de manera que esté sea tomado en cuenta por las cabezas organizacionales y se resuelva oportunamente las contingencias que presenta.

Aunado a esto, la PCM (2021) mediante la Norma Técnica N° 001-2021-PCM-SGP, establece cómo debe llevarse a cabo el proceso de reclamaciones dentro de las organizaciones e instituciones que forman parte del Estado a través de la incorporación de medidas y políticas que garanticen la resolución de las diligencias en menor tiempo, de manera que esta se oriente hacia la calidad constante y se mejore las praxis que se desarrollan dentro de las oficinas públicas (Huaita, 2018). Por otro lado, es importante que exista un seguimiento constante acerca de cómo se están gestionando los reclamos, puesto que esto permitirá enfatizar el despliegue de acciones que mitiguen la burocracia y con ello se amplíe las posibilidades de brindar soluciones prontas ante los reclamos o quejas de los usuarios. Además, es de gran relevancia que constantemente se evalúe la satisfacción de las personas respecto a los servicios que se ofrecen, esto permitirá conocer cuáles son las falencias o motivos que generan ciertos percances en relación a la atención, de igual modo, posibilitará que se atienda eficientemente las demandas de los usuarios y se trabaje continuamente para sobrepasar las expectativas iniciales de las personas. (Nonhlanhla, 2017).

Cabe mencionar que todas las organizaciones deben contar con un responsable o área para atender los reclamos o quejas, de tal modo que se pueda brindar soluciones adecuadas y se genere valor a los usuarios, aunado a esto, es imprescindible que los servidores públicos o colaboradores (si se tratase de empresas privadas) sean constantemente capacitados de manera que se fortalezca las relaciones con el público y que estos desarrollen las habilidades suficientes para desenvolverse adecuadamente ante situaciones contingentes o negativas que se presenten dentro de las instalaciones, además esto permitirá que se minimice la carga de trabajo. Según Amu y Nyarko (2019) el proceso de reclamación debe ser comunicado a todos los usuarios que tengan relación directa con la institución, de manera que estos tengan conocimiento sobre cuáles son las etapas con las que se atienden los reclamos y tengan consideración del tiempo que demora la solicitud. Por otro lado, dichos autores enfatizan que gran parte de la resolución de los reclamos se deben a las capacidades que reúnen los colaboradores, ya que estos por medio de la experiencia que han adquirido dentro de la institución permiten resolver en menor tiempo una queja o inconformidad. (Alhaj et al. 2016).

Por ende Nyarko (2019) La gestión de reclamos permite a gran medida llevar a cabo un buen trato con el usuario, debido a que se presentan falencias con el servicio brindado a través de la entidad; es por ello la finalidad es no perder la confianza del consumidor y así poder ver reflejado la buena comunicación entre ambas partes; por lo tanto, la intención es brindar un servicio que cumple con las expectativas del usuario, de manera que este se sienta identificado con la misma organización y pueda realizar sus funciones de manera confiable; asimismo el personal debe mantener un perfil ligado al buen trato hacia el público, a fin de que no existe ningún problemas con la prestación de los servicios.

Asi mismo Alhaj et al. (2016) Para las instituciones es importante contar con una buena gestión de reclamos, de manera que se pueda solucionar los problemas que se puedan presentar por parte de los usuarios durante la entrega de los servicios a través de los colaboradores; en este caso la entidad debe tomar en cuenta la buena atención regida a cumplir con los estándares de calidad que el público requiera, de modo que estos se sienta fidelizado con la organización y no tenga que recurrir a otras instancias para hacer algún tipo de reclamo que pueda afectar a gran parte el crecimiento de la organización; es por ello, que debe existir una buena administración de la estructura organizacional para que los procesos de atención se den de manera efectiva.

Es también relevante, que el personal desarrolle la capacidad de escucha y entendimiento, esto permitirá que se comprenda a cabalidad la esencia del reclamo o queja de manera que se pueda derivar al área correspondiente para que tenga conocimiento de ello, es primordial a su vez, que la fuerza laboral muestre empatía y amabilidad durante el proceso de escucha esto posibilita que el usuario exponga a detalles sus inconvenientes y motivos que lo impulsan a emitir su queja; si el reclamo es legítimo se debe llevar a cabo un compromiso de que se brindará la atención debida y se realizará el seguimiento oportuno al reclamo. (Patricio, 2021).

Por su parte Patricio (2021) en gran parte las organizaciones tienden a percibir reclamos por parte de los usuarios, lo cual esto dificulta el desarrollo de las funciones de la organización ya que este tiende a ser el punto débil, debido a las faltas graves que puedan cometer por medio de su personal durante la

entrega de los servicios que se ofrecen, lo cual esto afecta que no se den de buena forma el desarrollo de las actividades; por ende, la capacitación antes de ejercer una función es muy importante, a fin de dar conocimiento al personal sobre las prácticas en calidad de atención, con el propósito que no se de ningún tipo de problema que pueda llevar a cabo un mala entrega de los servicios.

En referencia a las dimensiones de la variable, SUNARP (2021) señala los siguientes: Dimensión 1: **Registro del reclamo**, según Jug et al. (2019), se basa en la manera de como una presenta alguna inquietud para así poder sentirse satisfecho, también es realizado a través de la plataforma del Estado, el registro del reclamo será de manera gratuita. Dimensión 2: **Atención y respuesta del reclamo**, proceso a través del cual se brinda atención y respuesta al mismo dentro del plazo establecido de 3 días hábiles; así mismo se basa en como un cliente recibe de manera adecuada la atención respectiva antes un cliente que hace su reclamo respectivo. Dimensión 3: **Notificación de la respuesta**. posterior a la respuesta del reclamo, ésta debe ser notificada por el encargado en el domicilio fiscal del usuario. Dimensión 4: **Archivo del reclamo**. posterior a la finalización del proceso, éste debe ser archivado de acordé a las especificaciones de la entidad.

Como segunda variable se tiene a la **satisfacción del usuario**, según la SGP (2019) este representa un indicador respecto a la calidad de atención, que es dada por una determinada entidad al usuario. Según Syahidul, et al. (2020) esta viene a ser el nivel en el que las estimaciones que tiene la entidad respecto a un servicio coinciden con aquellas expectativas que son presentadas por el usuario. Es una valoración que se origina del proceso de atención; determinar el grado de satisfacción dentro de las instalaciones permitirá hacer frente a las carencias y falencias y de esta manera reafirmar las fortalezas con la finalidad de realizar un sistema que brinde la atención de calidad que los usuarios. Acorde con Miranda et al. (2018), resulta fundamental la valoración de esta variable, puesto que a través de todo este proceso permite la recopilación de información que resulta relevante. Con respecto a los tipos de usuarios, Prakash y Srivastava (2019) señalan que existen 2 tipos: con referencia al usuario externo este es el que no está

vinculado con la entidad, y viene a ser el consumidor del bien o servicio que oferta la institución, en referencia al usuario interno, vienen a ser aquellos colaboradores que interactúan de una manera directa con respecto a las acciones que se llevan a cabo al interior del ente. Teniendo en cuenta que la calidad de las prestaciones que ofrecen las entidades públicas es medida a través del nivel de satisfacción donde la cual es un eje de valuación importante el cual es el sistema de las entidades públicas. Por otro lado, la satisfacción pretende proporcionar datos relevantes que reflejen la problemática actual del servicio que brinda las entidades públicas, al fin de corregir posibles fallas y de esta manera aprovechar fortalezas de los servicios que se brinda.

Según Miranda et al. (2018), la satisfacción de los usuarios es tan importante como la calidad de servicio o los productos que ofrecen las organizaciones, debido a que esto determina el nivel de conformidad que cada uno de ellos poseen respecto al cumplimiento de sus expectativas, por lo tanto es de suma importancia que las organizaciones desarrollan un proceso debidamente estratégico y orientado hacia la satisfacción de cada uno de estos elementos como parte de sus objetivos para posibilitar el desarrollo integral de la organización pues el cumplimiento de esto hará posible la transmisión de información positivo de la organización respecto a la eficiencia para entregar calidad a sus usuarios. La satisfacción además permitirá desarrollar un marketing positivo de la organización en la comunidad o público objetivo, teniendo en cuenta que el marketing boca a boca es el más eficiente para hacer crecer el posicionamiento organizacional dentro del mercado, puesto que los usuarios tendrán conocimiento sobre la competitividad de la organización y no tendrán temor de utilizar los bienes o servicios que esta ofrece. Por lo tanto, la satisfacción de los usuarios resulta ser una estrategia muy importante para llamar la atención del público, al mismo tiempo que permite cumplir sus expectativas para generar un marketing eficiente que ayudará a transmitir una imagen positiva de la organización sobre la calidad de servicio brindado.

De acuerdo a Syahidul et al. (2020), la satisfacción de los usuarios está ampliamente vinculado con la capacidad organizacional para entregar servicios de calidad capaces de sobrepasar las expectativas, de modo que la forma en cómo se gestiona de manera interna los recursos y materiales,

determinan la capacidad para cubrir todas las necesidades expresadas por su público objetivo. Es importante tener en cuenta la necesidad de realizar un análisis sobre las expectativas de cada uno de ellos para establecer la capacidad organizacional respecto a la satisfacción de las necesidades, para que en base a esta información se pueda realizar la segmentación respectiva para determinar el público al cual estará dirigido los bienes servicios, de esta manera se asegura las posibilidades de satisfacer de una manera mucho más eficiente cada una de los requerimientos, al mismo tiempo que se incrementa la posibilidad de posicionar a la empresa bajo altos estándares de eficiencia dentro del mercado competitivo mediante la entrega de productos seleccionados que satisfacen a necesitar. Por lo tanto, es indispensable contar con personal debidamente capacitado y con las herramientas necesarias para recopilar la información respectiva, la cual permitirá una toma de decisiones acertadas para lograr mayores resultados en menor tiempo posible, fortaleciendo la capacidad organizacional respecto su nivel de competitividad para cubrir las necesidades y entregar propuestas que mejore la calidad de vida de su público objetivo.

De acuerdo a Valenzo et al. (2019), la satisfacción debe ser integrada a los objetivos organizacionales estratégicos como una herramienta indispensable para hacer posible la transmisión de una imagen positiva y de alto valor para generar mayor confianza en el público y posibilitar la utilización de su servicio de manera masiva, teniendo en cuenta que la gran mayoría de clientes o consumidores tienen una marca específica para suplir sus necesidades y presentan miedos al encontrarse frente a otras propuestas para suplir su necesidad, por lo tanto, la confianza es un elemento indispensable para posibilitar el atrevimiento al consumo de la propuesta realizada, de modo que se disminuye el nivel de resistencia del público y se incrementa la aceptación sobre todo cuando se trata de nuevas propuestas lanzadas así el mercado.

usuarios resulta ser mucho más complicada cuando se trata de servicios, debida que cada uno de ellos poseen elementos intangibles que necesita ser gestionado de manera correcta, sobre todo cuando se trata de necesidades específicas expresadas por los usuarios, de modo que se tienen que utilizar los recursos correctos para proveer las características esenciales, por lo tanto, la organización debe realizar una evaluación de sus capacidades internas en

congruencia con las necesidades expresadas por el público, ha de modo que se puede establecer un control equilibrio sobre la capacidad de satisfacer ciertas necesidades de manera eficiente sin tener que forzar la capacidad organizacional al punto de comprometer la calidad brindada hacia el público objetivo. Asimismo, es indispensable la comunicación continua con el público objetivo para determinar aquellos requerimientos adicionales que deben ser agregados a los servicios, considerando que el público actualmente es muy cambiante y sus necesidades a menudo van teniendo variaciones que al final afectan a la organización cuando no se dio la comunicación fluida para cubrir este tipo de inconvenientes, por ello, la comunicación es un elemento esencial que debe ser integrado dentro de las herramientas estratégicas organizacionales para incrementar la satisfacción del público usuario en base a la entrega de información relevante para modelar las propuestas que son presentadas, logrando así una mayor satisfacción incrementando las posibilidades de aceptación.

Para Kadic, et al. (2018), la satisfacción de los usuarios actualmente presenta serias deficiencias en las organizaciones debido a que existe una insuficiencia generalizada respecto a la utilización de los recursos internos para entregar servicios de calidad que se ajusten al perfil de los consumidores, la de esta manera, la problemática está relacionada con diferentes elementos o criterios utilizados a nivel interno para determinar el perfil de cada uno de los clientes al mismo tiempo que presenta deficiencias en la determinación de sus necesidades, por lo tanto, esto genera que no se puedan suplir de manera eficiente y se incremente el nivel de insatisfacción, la misma que se propaga de manera negativa dentro de la comunidad, afectando de esta manera a la organización. Por lo tanto, para poder brindar una satisfacción positiva a los usuarios, es necesario en primer lugar determinar sus necesidades resaltantes y las expectativas que estos poseen respecto al servicio brindado, teniendo en cuenta que existen diferentes niveles o estándares establecidos dentro del mercado por parte de la competencia. En este sentido, el análisis previo de estos estándares, permitirá determinar una propuesta asequible y congruente con las necesidades para lograr con mayor certeza la satisfacción. Según Sheikh y Wagas, (2019), existen diferentes elementos que tienen la capacidad de influir sobre la satisfacción de los usuarios, dentro de ellos se

encuentran los tangibles que están relacionados con la infraestructura que utiliza la organización para realizar la prestación de los servicios, la cual debe estar debidamente ornamentada y caracterizar con la naturaleza de servicios que esta ofrece, sobre todo cuando se trata de servicios relacionados a la salud, estos deben estar en condiciones óptimas para garantizar una recuperación exitosa y no exponer la vida al riesgo de los pacientes; asimismo, el mobiliario y es otro elemento capaz de influir sobre la satisfacción respecto a la atención brindada, debido a que esto permitirá tener una estadía cómoda al usuario al momento de visitar las instalaciones de la organización; existen también elementos intangibles como la vestimenta del personal encargado de la atención, la cual debe ser adecuada y debe transmitir la imagen institucional de acuerdo al rubro en el cual se encuentra, asimismo, debe presentar un trato amable y con apertura a la solución de los problemas presentados por el usuario; la calidad de las herramientas tecnológicas utilizadas por las organizaciones también influyen sobre la satisfacción, sobre todo cuando se trata de entidades están relacionadas con la prestación de servicios en línea, dentro de los cuales, la rapidez y la idoneidad de estos permitirán desarrollar un alto nivel de satisfacción.

Para Sheikh y Wagas, (2019), los directivos de las organizaciones juegan un rol muy importante en la satisfacción de los usuarios debido a que son los principales encargados de tomar las decisiones y dirigir las actividades internas para tener como resultado los servicios o bienes que son presentados hace público, por lo tanto, a medida que ellos tomen las mejores decisiones, las actividades estarán direccionadas en encontrar la calidad necesaria demandada por el público, por lo tanto, es indispensable que estos tengan claro la visión organizacional y la visión para entregar valor agregado que pueda ser percibido por el público, teniendo en cuenta que este elemento es el principal responsable de la elección del público sobre los bienes y servicios que la organización está proporcionando, considerando este elemento como la primera impresión que permitirá despertar el interés en las personas. Es importante también, tener en cuenta la transmisión de una imagen positiva de la organización hacia el público en sus diferentes aspectos, tanto en cuanto a la responsabilidad para entregar calidad superior y la transmisión de seguridad para que el público objetivo no tenga miedos al momento de elegir las

propuestas presentadas.

Para Camgöz et al. (2016), dentro de las entidades públicas, la satisfacción de los usuarios es una variable que ha sido descuidada desde hace mucho tiempo, lo cual se ve reflejado en el alto nivel de insatisfacción que presentan los usuarios al momento de realizar las encuestas respectivas, asimismo, esta expresión negativa se ve en el comportamiento cotidiano de los usuarios respecto a los servicios brindados por las instituciones; todo ello se debe a la mala gestión de los recursos financieros por parte de las autoridades las cuales no realiza la inversión necesaria para fortalecer la calidad de los servicios brindados y la capacitación respectiva de los colaboradores para hacer posible la extensión de un servicio adecuado y oportuno cuando el usuario lo requiera. Es importante además considerar el rol de los gestores públicos como un elemento indispensable para gestionar la implementación de los diferentes recursos que influyen sobre la satisfacción de los usuarios, dentro de los cuales se encuentra el mejoramiento de los sistemas integrados para brindar los servicios al ciudadano, teniendo en cuenta que estos son los más ineficientes respecto a las tendencias del mercado, por lo tanto, es imprescindible una reestructuración eficiente para hacer posible el mejoramiento integral de servicio brindado para obtener mejores resultados que impactarán sobre la satisfacción del usuario.

Según Miranda et al. (2018), la integración de estrategias para la satisfacción de los usuarios es tan fundamental como la integración de los insumos de calidad para proporcionar resultados sobresalientes capaces de cubrir las necesidades indispensables en el público objetivo de manera correcta.

Según Van Dijk y Schodl (2017), para posibilitar la satisfacción de los usuarios, a las organizaciones debe ser capaces de desplegar procedimientos y aplicar instrumentos relevantes para posibilitar la recopilación de información clara y concisa para la toma de decisiones sobre el mejoramiento de la calidad de los servicios brindados, al mismo tiempo, esta formación ayudará a determinar el perfil del usuario para ofrecerle propuestas más eficientes capaces de satisfacer sus necesidades y cumplir sus expectativas; por lo tanto, el primer paso de la satisfacción debe ser reunir la información necesaria para fortalecer las propuestas entregadas al público usuario, teniendo en cuenta que

estas deben ser determinadas de acuerdo al perfil de cada uno de ellos y no en base a la información autoritaria sin criterio pues, de por mucho tiempo se ha conocido que las encuestas son aplicadas de manera ineficiente y los datos no corresponden a la veracidad de los hechos, lo cual genera que las decisiones tomadas sean equivocadas y no se logren los resultados necesarios para mejorar la imagen institucional respecto a la capacidad para satisfacer las necesidades de su público.

Según Miranda et al. (2018), para hacer posible la satisfacción eficiente de los usuarios, las organizaciones deben aplicar estrategias relevantes como la comunicación directa con los usuarios a través de la utilización de plataformas de interacción como las redes sociales para conocer de manera directa su opinión respecto al servicio brindado, al mismo tiempo que permitirá determinar una relación directa para suplir sus necesidades en el menor tiempo posible, asimismo, esta estrategia permitirá solucionar ciertos impases antes de que lleguen a instancias mayores haciendo posible de esta manera que el usuario se sienta mucho más satisfecho. Todo ello permitirá transmitir y el nivel de seguridad de la organización y su nivel de compromiso con los usuarios para la satisfacción de sus necesidades, por lo tanto, habrá mayor probabilidad de satisfacer sus necesidades y lograr un marketing positivo dentro de su círculo cercano.

Según Sheikh y Wagas, (2019), es indispensable la medición de los niveles de satisfacción en los usuarios, debido a que esta medición permitirá determinar si las actividades de mejora realizadas por la organización, han tenido efecto positivo o negativo sobre los resultados, de modo que podrá realizar las mejoras respectivas para satisfacer sus necesidades de manera eficiente como parte de sus objetivos primordiales para garantizar el cumplimiento de las expectativas levantadas en los usuarios. Para este procedimiento, existen diferentes mercados e instrumentos que pueden ser utilizados por las organizaciones, la elección depende de la naturaleza y la actividad que realiza la organización.

De acuerdo a Hallencreutz & Parmler (2019), refiere que esta satisfacción debe ser un punto fundamental que necesita ser analizado por todas aquellas organizaciones y entidades a fin de que trabajen en base a ello para la

implementación de mejoras orientadas a crear servicios de calidad. Asimismo, Sheikh y Wagas, (2019) prefieren que las entidades deben aprovechar los recursos que tienen dentro de las mismas para generar procesos eficientes, a fin de entregar servicios con calidad para la satisfacción de sus usuarios. A su vez para Valenzo et al. (2019), refiere que esta satisfacción de usuarios es considerada como elemento intangible que genera un valor sustancial para el crecimiento de una determinada entidad u organización. Cabe mencionar que la satisfacción y la calidad son aspectos importantes que poseen las entidades tanto públicas como privadas las cuales le permiten seguir en competencia, mejorar sus prácticas internas y fortalecer su desarrollo organizacional, por ello es importante que ésta sea tomada con la relevancia debida y sea considerada en el desarrollo estratégico.

Según Syahidul, et al. (2020) es considerada como una de las variables que mayor preocupación ha tenido en los últimos años tanto para los investigadores como para los gerentes encargados de direccionar la empresa hacia la mejora continua, puesto que representa el resultado de la valoración que emiten los usuarios y público en general respecto a los procesos que se desarrollan a nivel interno, de allí la relevancia que posee el tema estudiado para el crecimiento de la organización y la mejora continua. Sin embargo, representa uno de los retos de mayor dificultad para las empresas puesto que los usuarios tienen perspectivas diferentes acerca de las mismas prestaciones que se desarrollan, por ello, es importante que continuamente se realicen encuestas para conocer las falencias, fortalezas y oportunidades de mejora que se tiene, de igual modo, es importante que el personal se inmiscuya dentro de este objetivo ya que representan la cara visible de la empresa u organización, quienes al tener contacto directo con el público exterior influyen en su perspectiva y juicio.

Para Kadic, et al. (2018), tienen refieren la existencia de diversas técnicas e instrumentos a través del cual se puede realizar la medición de esta satisfacción, sin embargo, el modelo más usado es el de SERVQUAL, considerado como uno de los más eficientes al momento de la recolección de información de los usuarios para el enriquecimiento de aquellos datos que servirán de soporte para la mejora de los procedimientos internos. Gracias a

la versatilidad que tiene este modelo, es considerado como uno de los más precisos es por ello que a través de esta se pueden presentar mejoras con respecto a los aspectos que no han sido considerados por la entidad al momento de ofertar servicios o bienes a los usuarios.

De acuerdo a Kadic, et al. (2018), hace referencia que, la satisfacción del usuario permite identificar el buen servicio que brinda la entidad, ya que por medio de este se desarrolla la comunicación entre el usuario y la persona encargada de ofrecer el servicio; es por ello, muchas personas tienden a realizar sus operaciones de manera oportuna, gracias al buen trato que dan los colaboradores acordes a las áreas que se encuentren; asimismo la entidad debe estar al tanto del comportamiento de sus colaboradores al momento de prestar sus servicios, ya que por medio de ello se realizan todas las funciones para el óptimo crecimiento de la organización.

A vista de Hallencreutz & Parmler (2019), la satisfacción es un término que se deriva de la experiencia individual de cada persona el cual surge a partir de la contrastación de las perspectivas iniciales con el resultado real que demuestra la organización en su conjunto. La satisfacción está sujeta a diversos factores y elementos siendo algunos de estos las experiencias previas, las expectativas, las recomendaciones de otras personas, la información recibida por parte de los colaboradores como de las plataformas institucionales, entre otros. Por lo tanto, la valoración de la satisfacción se desglosa de la asistencia recibida por la organización, la actuación de los profesionales y del propio medio donde se desarrolla el servicio. La satisfacción, por lo tanto, no es simplemente un indicador de la salud interna, sino que representa un instrumento que orienta a la organización hacia la excelencia. Su implementación solo se logrará si se considera los elementos que se mencionan a continuación: las prácticas institucionales, el comportamiento y la vocación de servir de los colaboradores que la integran, la aplicación de metodologías contemporáneas para valorar los indicadores de satisfacción y la consideración de las recomendaciones emitidas por los usuarios.

Para los autores Sheikh y Wagas, (2019), hacen mención que, en muchas organizaciones se ha visto conveniente utilizar mecanismos y estrategias que permitan llevar a cabo por el buen camino hacia el logro de los objetivos,

mediante la participación de su personal que labora dentro de las instalaciones para efectuar funcionalidades que ayuden a mejorar la atención al público de manera eficiente, y que el usuario se sienta satisfecho de los servicios que vienen brindando la organización, mediante la participación del personal a cargo para otorgar los tratos correspondientes hacia el usuario, de modo que este se sienta fidelizado y tienda a llevarse la buena imagen de la organización.

Por consiguiente, Kadic, et al. (2018), deduce que, en la actualidad se ha visto que muchas entidades han visto conveniente utilizar medios tecnológicos para facilitar los procesos de gestión de las operaciones, ya que por medio de este se pueden efectuar muchas funciones que el hombre no puede ejercer, debido a que los sistemas que se emplean dan mayor facilidad al público y mejoran el proceso de atención, lo cual esto permite que se cumplan con los estándares de calidad al momento de ofrecer el servicio; asimismo, los organismos tienden a resolver sus problemas e inquietudes de los usuarios a fin de poder satisfacer las necesidades que puedan percibir.

Para Camgöz et al. (2016) de acuerdo con el enfoque SERVQUAL, lo plantea como la medición entre la expectativa y la percepción que tiene un usuario respecto a un determinado bien, un servicio que es impartido por una entidad u organización. Según Haming et al (2019) que éste representa un indicador que apoya la determinación de cierta competitividad que tiene la entidad y la capacidad que tiene a su vez para brindar ciertos productos y servicios, todo ello basado en las necesidades que tienen. A su vez, cuando se habla de SERVQUAL, se tiene lo expuesto por el MINSA, (2014), que señala que es una escala que se usa para conocer la calidad de las prestaciones que se brindan, cabe resaltar que la satisfacción es considerada como un indicador que se origina a partir del cumplimiento de las demandas y expectativas del usuario tras hacer uso de los servicios que se brindan dentro de una determinada institución, este nivel se calcula a partir de las diferencias que subyacen entre las expectativas iniciales versus el valor real, de manera positiva las entidades poder hacer un balance de las carencias o falencias que se puede mejorar.

Asimismo, Sheikh y Wagas, (2019) resaltan que las entidades públicas que

no evalúan el grado de satisfacción del usuario tras hacer uso del servicio prestado, están perdiendo grandes oportunidades de mejora de una mejora continua, la cual es estas entidades nunca sabrán y lo que en lo que hacen los usuarios y la insatisfacción que estos tengan, teniendo en cuenta invertir en satisfacer los usuarios, es un es un procedimiento a largo plazo ya que diversos estudios o mete métodos pueden adquirir usuarios y que estos pueda recomendar el servicio que han recibido de parte de la entidad, teniendo en cuenta que la satisfacción del cliente, tiene que seguir lineamientos y prototipos.

En esa misma línea Van Dijk y Schodl (2017) dan su punto de vista que, los organismos públicos pretenden buscar las estrategias necesarias para brindar un servicio de calidad que cumpla con las expectativas de los usuarios, ya que son ellos quienes reciben el servicio, por lo tanto la entidad debe otorgar un trato que este ligado a la eficiencia del personal, de modo que el usuario tenga que sentirse bien con el trato ofrecido; en muchos de los casos de los organismos ha existido mala atención por parte del personal que labora en su ambiente de confort, ya que la falta de capacitación e ineficiencia hace que se lleve a cabo un mal servicio, produciendo que el usuario tenga recurrir a los reclamos por el mal servicio otorgado; es por ello, para dar una buena imagen al organismos la entidad debe contar con personal capacitado y con experiencia para cubrir puestos que son poco eficientes, de tal manera que las operaciones se den manera oportuna para el bienestar del público.

Además, Kadic, et al. (2018) puntualiza que los beneficios de la satisfacción del cliente son indicadores que ayudan y evita la pérdida de usuarios, teniendo en cuenta que la mayoría de los usuarios no abandonan la entidad por la atención que estos reciben sino por un mal servicio que ellos tuvieron, al trabajar la satisfacción del usuario y hacer un seguimiento podrás hacer mejoras en la calidad de la experiencia en cuenta que el único objetivo común que tienen los entes públicos, satisfacer las demandas y falencias que tienen los usuarios.

En tanto, Miranda et al. (2018) deduce que, para una mejor satisfacción hacia el público se deben emplear factores que mejoren los procesos de atención, y que los servicios que se otorguen debe estar acorde al gusto del público;

asimismo se deben emplear mecanismos que mejoren la calidad en la prestación de los servicios, de modo que se pueda ver reflejada la buena administración de los métodos de trabajo a través de la buena atención otorgada; por ello, el crecimiento del organismos será óptimo, el cual llevará hacia las metas que tengas programadas a realizarse; en tanto la participación de los miembros de trabajo también juega un papel importante dentro del desarrollo de las actividades que efectúa el organismos, ya que la mayor parte esta representado por estos, el cual permite que se logren todo los planes a través del desempeño de estos empleados.

Por otro lado, Van Dijk y Schodl (2017) mencionan que una de las estrategias más factibles a la hora de valorar el nivel de satisfacción de las personas es a través de encuestas dirigidas, las cuales pueden ser aplicadas de manera directa o virtual de acuerdo al contexto que se vive; en ese sentido, la variable en estudio representa una herramienta imprescindible porque permite contar con información valiosa puesto que los usuarios encuestados brindan sus apreciaciones de manera exacta a las preguntas que está plasmada en la encuesta, de esta manera poder mejorar las carencias que aqueja la entidad para poder brindar un buen servicio a la población. Asimismo, la organización debe de cumplir con los estándares para que la atención sea eficaz, y los colaboradores deben demostrar profesionalismos a la hora de efectuar la comunicación entre las ambas partes, con la finalidad de que se lleve a cabo el trato eficiente hacia el público.

Por consiguiente, Sheikh y Wagas, (2019), menciona que la satisfacción del usuario se basa en que la calidad del servicio es buena, ya que se logra cumplir o superar lo que el cliente prefiere en cuanto al producto adquirido, es por ello que las empresas deben fortalecer y mejorar el desempeño laboral de cada uno de los colaboradores para que así puedan satisfacer las necesidades del mercado competitivo actual.

Así mismo Syahidul, et al. (2020), definieron que la satisfacción del usuario se basa en como una empresa quiere que el cliente se sienta satisfecho con cada producto o con cada estrategia de negocio, ya que sus necesidades de cada cliente es la mayor prioridad de cada empresa, es muy importante, que las empresas se enfoquen cada proceso.

Por ende, Valenzo et al. (2019), hacen referencia que de esa manera el cliente se sienta con la confianza de comprar el producto y así pueda regresar, generando así mayores ganancias para cada empresa, ya que es muy importante que las empresas usen estrategias de marketing donde el producto o servicio este netamente detallado, evitando exagerar la publicidad para no confundir al cada cliente.

Para Hallencreutz & Parmler (2019), mencionan que los clientes después de hacer la compra adecuado buscan quedar satisfechos con el producto adquirido, y así puedan experimentar emociones positivas, lo que genera que el cliente vuelva a comprar de la empresa ya que el servicio de la empresa le genera confianza.

Sheikh y Wagas, (2019), mencionan que para generar una buena satisfacción del usuario dentro de las empresas deben existir un control de cada personal mejor dicho monitorear de manera constante para que puedan obtener mayores resultados.

Para Kadic, et al. (2018) definió que, la satisfacción del usuario es muy necesario para medir el nivel de la calidad de cada producto y servicio que ofrece la empresa, además permite mejorar y solucionar los errores que puedan existir para mejorar los resultados favorables que se esperan básicamente poder cumplir. Por ende, si un cliente está satisfecho del producto que obtiene claramente podrá recomendar el producto o servicio que experimentó generando así una mejor ganancia y crecimiento a la empresa.

Además, Miranda et al. (2018) enfatizan que todas las instituciones deben desarrollar herramientas y mecanismos que permitan llevar a cabo prestaciones de calidad, pues esto permite cumplir con los propósitos esenciales, los cuales se resumen en seguir en permanencia en el mercado. Por otro lado, se menciona que en el mundo existen diversidad de indicadores, estándares y normas que permiten valorar la satisfacción de las personas por ello es importante que los gestores y profesionales que laboran dentro de una entidad conozcan a detalle cuáles son los criterios que consideran los usuarios, de manera que se pueda desplegar acciones estratégicas.

Bajo la mirada de Hallencreutz & Parmler (2019) la variable en estudio

representa un indicador relevante respecto a la atención de los servicios que ofrece la entidad, por ello, es necesario que se cuente con instrumentos que permitan medir de manera objetiva la calidad de atención, pues esto posibilita la mejora continua de los procesos y permite fortalecer las capacidades internas para brindar una atención oportuna ante las demandas que presentan las personas.

De acuerdo a Miranda et al. (2018), la satisfacción de los usuarios es un tema muy importante que viene siendo abordado por diferentes investigadores con la finalidad de establecer aquellos lineamientos imprescindibles que deben ser entregados por parte de las organizaciones o empresas hacia el público usuario para generar un alto nivel de satisfacción y concordancia con el cumplimiento de expectativas, de esta manera ha sido posible el mejoramiento de las estrategias aplicables a este campo. Todo ello es una clara muestra de la gran relevancia que posee la variable abordada como elemento para mejorar la competitividad de la empresa en el mercado y transmitir una imagen positiva de la institución a los usuarios. Así mismo, la capacidad que posee una organización para atender las necesidades de los usuarios repercute en el nivel de eficiencia operativa para realizar la gestión de las capacidades internas y financieras, teniendo en cuenta que estos son los responsables de obtener los resultados de acuerdo a lo planificado según cómo esté organizado internamente, por ello, es necesario que cada uno de estas etapas del proceso de gestión estén debidamente cohesionados con la misión estratégica organizacional para satisfacer al público objetivo en todas sus dimensiones.

Según Haming et al (2019), la satisfacción de los usuarios una prestación de los servicios, cobra una relevancia notoria debido a que esto determina su nivel de conformidad o inconformidad con las propuestas realizadas por las organizaciones hacia el público, por ello, de acuerdo a la forma en cómo se presente esta experiencia, determinada su permanencia o renuncia a la adquisición de bienes y servicios prestados por la organización, en este sentido, es necesario considerar la gran importancia ante analizar cada uno de los elementos o factores que tiene la capacidad de incidir sobre la satisfacción de los usuarios, teniendo en cuenta que esto permitirá mejorar el

nivel de eficiencia de la organización para entregar a propuestas positivas y congruentes con las expectativas del público, logrando así una mejora notoria sobre la aceptación y el éxito organizacional. Por lo tanto, es importante la designación de recursos financieros para realizar un análisis sobre el nivel de satisfacción del público, teniendo en cuenta que esto permitirá establecer las falencias organizacionales la necesidad de aplicar mejoras para fortalecer la capacidad organizacional.

Para Kadic, et al. (2018), las estrategias más utilizadas por las organizaciones para conocer la satisfacción, es la indagación directa mediante la aplicación de cuestionarios físicos habituales con preguntas relacionadas a la calidad del servicio prestado, entre otros elementos relevantes que ayuden a establecer la percepción del público sobre la calidad brindada; esta información finalmente es utilizada para hacer un cruce de información con el área de producción para realizar las mejoras respectivas que sean consideradas como importantes para mejorar el nivel de satisfacción, sobre todo, esta formación permitirá establecer un análisis de viabilidad sobre la demanda exigida para considerar el despliegue de actividades y el uso de recursos financieros para brindar el servicio solicitado.

La SGP (2019) contempla las siguientes dimensiones: Dimensión 1: **Trato profesional**, hace referencia a aquellas acciones que son ejecutadas por los colaboradores, y la actitud que manifiestan los mismos al momento de brindar un determinado bien o servicio. Dimensión 2: **Información**, es aquella capacidad que tiene el colaborador para brindar aquella información que resulte necesaria para los usuarios a través de un lenguaje sencillo, claro y preciso.

Dimensión 3: **Tiempo**, es aquel plazo que tiene la persona para la recepción de un determinado bien o servicio por un parte de una entidad u organización.

Dimensión 4: **Resultado de la gestión**, hace referencia a la capacidad que tiene el ente para ofrecer un bien o servicio de la manera idónea. Dimensión 5: **Accesibilidad**, es aquella facilidad que tiene el usuario para acceder a los bienes o servicios que brindan las entidades públicas a través de los diversos canales de atención. Dimensión 6: **Confianza**, es aquel sentimiento de confianza que es generada por la organización, una entidad para con sus

usuarios en referencia a que ellos bienes o servicios que son ofertados por los mismos.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

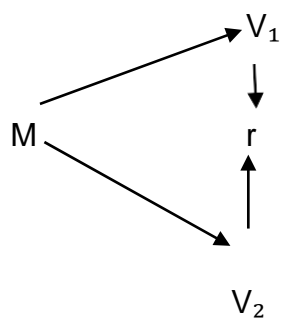
Tipo de estudio:

Pertenece al tipo básica, para CONCYTEC, (2019) está orientada a la generación de un conocimiento o la ampliación del mismo por medio de la comprensión de ciertos elementos relevantes de acuerdo a determinados fenómenos observados.

Diseño de la investigación

Corresponde al diseño no experimental, puesto que en el estudio no se ha realizado ninguna modificación que puede alterar el comportamiento tanto de las variables investigadas como del objeto de estudio, es decir, solo se ha limitado a observar su comportamiento dentro de su propio ambiente para a partir de ello emitir el análisis correspondiente. (Hernández & Mendoza, 2018). Además, es transversal puesto que la investigación considera un solo un periodo de análisis, sin considerar hechos o eventos pasados. (Arias, 2020), (Fuentes, 2020). De igual manera, es de alcance correlacional puesto que se tiene como fin conocer a través de la estadística el valor de asociación que existe entre los conceptos que se han profundizado en esta investigación (Hernández & Mendoza, 2018),

Esquema:



Donde:

M = muestra en estudio

V₁ = Gestión de reclamos

V₂ = Satisfacción del usuario

r = Relación de las variables en estudio

3.2. Variables y operacionalización

Variable 1: Gestión de reclamos

Variable 2: Satisfacción del usuario

La matriz de operacionalización, se encuentra en anexos.

3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo y unidad de análisis

Población. Representa un conjunto de elementos que tuvo características similares. (Cabezas et al., 2018). Se consideró a 200 usuarios de la SUNARP oficina Tarapoto durante el mes de junio del 2022.

• **Criterios de inclusión:** Se consideró pertinente incluir a mayores de 18 y menores de 65 años, con más de dos visitas a la institución y que radiquen en la zona urbana y con más de 2 reclamos realizados y que se encontraron en proceso.

• **Criterios de exclusión:** Fueron usuarios mayores de 65 años, de zona rural, usuarios que no brindaron su consentimiento informado.

Muestra: Para conocer el tamaño muestral se ha utilizado la siguiente fórmula:

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

Z = 1.96

E = 0.05

p = 0.5

q = 0.5
 N = 200

n =	$\frac{3.8416}{0.0025}$	*	$\frac{0.25}{199}$	*	$\frac{200}{0.9604}$	
n =	$\frac{192.04}{1.46}$					132

La muestra de estudio fueron 132 usuarios. Al 31 de junio del 2022

Muestreo: En el estudio se ha empleado el muestreo aleatorio simple.

Unidad de análisis: Fue un usuario de la SUNARP oficina Tarapoto

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Para el estudio se usó la encuesta como técnica, de acuerdo a Reyes et al. (2018), esta es la una técnica que ha permitido la recolección de datos a través de la contestación de una diversidad de preguntas con el fin de obtener información de una muestra específica. A su vez como un instrumento, se ha hecho uso del cuestionario quede acorde a Hernández y Mendoza (2018), fue conglomerado de ítems respecto a los temas de investigación, a fin de poder medir las respuestas de acorde a la problemática y las hipótesis planteadas.

Instrumentos

En cuanto al instrumento que permitió recolectar información respecto a la gestión de reclamos, estuvo integrado por 15 ítems, los cuales fueron disgregados de acuerdo sus cuatro dimensiones; asimismo, integra una escala de medición ordinal: 1 = Totalmente en desacuerdo, 2= En desacuerdo, 3= Indiferente, 4=De acuerdo, 5= Totalmente de acuerdo. Asimismo, para el análisis de las variables, se llevó a cabo el proceso de baremación a la variable en estudio con un análisis en tres niveles: **Bajo (15 – 35), medio (36 – 55) y alto (56 – 75).**

En cuanto al instrumento que permitió recolectar información respecto a la satisfacción del usuario, estuvo integrado por 18 ítems, los cuales fueron disgregados de acuerdo sus seis dimensiones; asimismo, integra una escala de medición ordinal: 1 = Totalmente en desacuerdo, 2= En desacuerdo, 3= Indiferente, 4=De acuerdo, 5= Totalmente de acuerdo. Asimismo, para el análisis de las variables, se llevó a cabo el proceso de baremación a la variable en estudio con un análisis en tres niveles: **Bajo (18 – 42), medio (43 – 66) y alto (67 – 90).**

Validez y confiabilidad

Validez

Los cuestionarios fueron validados por medio del juicio de expertos. Para la investigación se identificará a 3 expertos (1 metodólogo y 2 temáticos).

Variable	Nº	Especialidad	Promedio de validez	Opinion del experto
Gestión de reclamos	1	Metodologo	4.4	Coherente y aplicable
	2	Especialista	4.2	Coherente y aplicable
	3	Especialista	4.4	Coherente y aplicable
Satisfacción del usuario	1	Metodologo	4.4	Coherente y aplicable
	2	Especialista	4.2	Coherente y aplicable
	3	Especialista	4.3	Coherente y aplicable

Fuente: Elaboración propia.

En lo que respecta a la validez del primer cuestionario el promedio fue de 4.3 que representa un 86% de similitud, en tanto, para la variable dos el promedio fue de 4.3, es decir, también alcanzó un grado de similitud del 86%.

Confiabilidad

Se hizo uso del Alfa de Cronbach a fin de establecer la confiabilidad de los instrumentos, debiendo encontrar un valor mayor a 0.7(Hernández et al. 2014).

Análisis de confiabilidad de Gestión de reclamos

Resumen de procesamiento de casos		
	N	%
Casos Válido	132	100,0
Excluido ^a	0	,0
Total	132	100,0

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

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,982	15

Análisis de confiabilidad de Satisfacción de usuarios

Resumen de procesamiento de casos		
	N	%
Casos Válido	132	100,0
Excluido	0	,0
Total	132	100,0

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

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,974	18

3.5. Procedimientos

Se dio inicio con análisis de la problemática de la investigación, luego se recurrió a las bases teóricas para la recopilación de la información, posterior a ello se utilizó los instrumentos para el diseño de las tablas y figuras estadísticas, de lo cual esto llevo a cabo al análisis estadístico para la discusión de los resultados, y finalmente se llevó a cabo las conclusiones y recomendaciones del objeto de estudio.

3.6. Métodos de análisis de datos

Los datos fueron obtenidos mediante la aplicación del cuestionario la misma que fue analizada por medio del programado de SPSS versión 25, lo que permitió la determinación de frecuencias y porcentajes para la elaboración de tablas y figuras; asimismo la comprobación de hipótesis realizadas mediante el coeficiente de correlación de Rho de spearman.

3.7. Aspectos éticos

El presente trabajo se desarrolló en concordancia a los principios éticos internacionales cómo son: principio de **beneficencia**, se rigió en brindar beneficio al objeto de investigación, debido a los problemas que se brindaron resultados que ayudaron a mejorar la situación; el principio de **no maleficencia**, la investigación se limitó a determinar la relación entre los temas, mas no buscó generar daños alguno; principio elde **justicia**, se orientó a brindar un trato justo hacia los colaboradores que participaron en el objeto de investigación; el principio de **autonomía**, se tuvo en cuenta el respeto a la expresión de los participantes que forman parte del objeto de estudio.

IV. RESULTADOS

4.1. Nivel de gestión de reclamos del usuario en la Sunarp, sede Tarapoto - 2022.

Tabla 1

Nivel de gestión de reclamos del usuario en la Sunarp, sede Tarapoto - 2022.

Escala	intervalo	frecuencia	Porcentaje
Bajo	15 - 35	40	30 %
Medio	36 - 55	78	59 %
Alto	56 - 75	14	11 %
Total		132	100 %

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios de la Sunarp, sede Tarapoto.

Interpretación:

En cuanto al nivel de gestión de reclamos, es medio en 59 %, bajo en 30 % y alto en 11 %.

4.2. Nivel de satisfacción del usuario en la Sunarp, sede Tarapoto - 2022.

Tabla 2

Nivel de satisfacción del usuario en la Sunarp, sede Tarapoto - 2022.

Escala	intervalo	frecuencia	Porcentaje
Bajo	18 - 42	34	26 %
Medio	43 - 66	72	55 %
Alto	67 - 90	26	19 %
Total		132	100 %

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios de la Sunarp, sede Tarapoto.

Interpretación:

En cuanto al nivel de satisfacción del usuario, es medio en 55 %, bajo en 26 % y alto en 19 %.

4.3. Relación entre las dimensiones de la gestión de reclamos y la satisfacción del usuario en la Sunarp, sede Tarapoto - 2022.

Tabla 3

Prueba de normalidad

	Kolmogorov - Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Gestión de reclamos	,958	132	,000
Satisfacción del usuario	,956	132	,000

Fuente: Base de datos obtenido del SPSS V.25

Interpretación:

Considerando que el objeto de estudio es superior a las 50 personas, se ha calcular el coeficiente de Kolmogorov – Smirnov, el resultado que se obtuvo estuvo por debajo de 0.05 y se ha procedido a empelar la prueba de spearman para conocer el grado de correlación.

Tabla 4

Relación entre las dimensiones de la gestión de reclamos y la satisfacción del usuario en la Sunarp, sede Tarapoto - 2022.

Gestión de reclamos	Satisfacción del usuario	
	correlación	Sig.
Registro del reclamo	0.968**	0.000
Atención y respuesta del reclamo	0.949**	0.000
Notificación de la respuesta	0.966**	0.000
Archivo del reclamo	0.943**	0.000

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

Fuente: Base de datos obtenido del SPSS V.25

Interpretación:

Se contempla la relación positiva y significativa entre las dimensiones de la gestión de reclamos y la satisfacción del usuario en la Sunarp, sede Tarapoto

- 2022. Mediante el análisis estadístico de Rho de Spearman se alcanzó un coeficiente de 0.968, 0.949, 0.966 y 0.943 (correlación positiva muy alta); y un p valor igual a 0,000 (p-valor \leq 0.01).

4.4. Relación entre la gestión de reclamos y la satisfacción del usuario en la Sunarp, sede Tarapoto - 2022.

Tabla 5

Relación entre la gestión de reclamos y la satisfacción del usuario en la Sunarp, sede Tarapoto - 2022.

			Gestión de reclamos	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Gestión de reclamos	Coeficiente de correlación	1,000	,978**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	132	132
	Satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	,978**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	132	132

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

Fuente: Base de datos obtenido del SPSS V.25

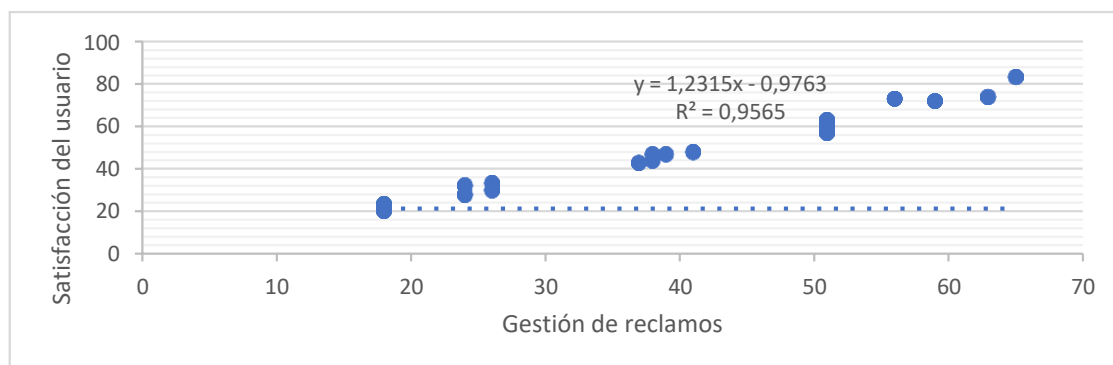


Figura 1: Gráfico de dispersión entre la gestión de reclamos y la satisfacción del usuario.

Interpretación:

Se contempla la relación positiva y significativa entre la gestión de reclamos y la satisfacción del usuario en la Sunarp, sede Tarapoto 2022. Mediante el análisis estadístico de Rho de Spearman se alcanzó un coeficiente de 0.978 (correlación positiva muy alta) y un p valor igual a 0,000 ($p\text{-valor} \leq 0.01$).

En cuanto al análisis de la figura de dispersión, solo el 95.65 % de la gestión de reclamos influye en la satisfacción del usuario.

V. DISCUSIÓN

En este capítulo se contrasta los resultados, teniendo que el nivel de gestión de reclamos, es medio en 59 %, bajo en 30 % y alto en 11 %, debido a que la SUNARP no expone en un lugar visible el libro de reclamaciones el cual está a disposición de los usuarios, la SUNARP no explica a los usuarios lo diferentes los pasos a seguir para plantear los reclamos, dicho resultado coinciden con Ruiz et al. (2021), hace mención que: acorde a los datos obtenidos, se pudo inferir que con referencia el sistema de quejas y reclamos, éste ha generado un impacto positivo y significativo en razón de la calidad que se obtiene de la atención médica brindada. Asimismo, se ha observado que el 96% de los usuarios que se atienden dentro del hospital han señalado que este sistema funciona de una manera regular. Por otro lado, se ha podido observar que el 93% de estos usuarios consideran que la atención dada dentro de este hospital se desarrolla de una manera regular.

Asimismo, Culqui et al. (2021) se refiere que, la razón fundamental para que las entidades pongan en funcionamiento los sistemas de reclamos y quejas respecto a la calidad viene a ser la necesidad de poder conocer cuáles son aquellas falencias que se presenta en el interior de las mismas con respecto a los servicios que brindan para poder repotenciarlas o implementar mejoras para la optimización de los procesos. A su vez, se ha podido evidenciar la falta de interés que tienen las entidades públicas con respecto a sus sistemas de reclamo dificultando de esta manera el conocer cuál es la calidad del servicio que brindan a la comunidad, a fin de poder determinar los puntos débiles y plantear planes de mejora respecto a ellos, ese mismo contexto Ruiz (2020), se refiere que, el concepto abordado corresponde al proceso que se lleva a cabo dentro de las organizaciones tanto lucrativas como públicas para procesar, analizar y atender la solicitud de reclamo o queja que presenta un usuario, la cual se debe a las inconsistencias que se han encontrado durante la prestación de servicio o al incumplimiento que la empresa ha mostrado respecto a las promesas que ha efectuado.

Bajo este devenir de ideas la PCM (2021) cataloga al reclamo como el acto de carácter administrativo por medio del cual el ciudadano tiene la libre potestad para expresar libremente su disconformidad con relación a la calidad

de las prestaciones que recibe o al producto que adquiere; también, el concepto abordado puede referirse al bajo nivel de calidad respecto a la atención que reciben de parte de los profesionales que laboran dentro de la institución para llevar a cabo una solicitud, misma que puede deberse a la alta burocracia, la ineficiencia para resolver los problemas, la falta de experiencia, la nulidad en las habilidades blandas, la falta de retroalimentación o el bajo nivel de amabilidad, bajo la misma línea Jug et al. (2019) y Fonseca et al. (2017), indican que la finalidad que posee la gestión de reclamos es resolver oportunamente las dificultades e inconvenientes que presentan los públicos, llámense estos usuarios o clientes lo cual obliga a los encargados de las entidades a analizar a detalle cuáles son las causas que generan insatisfacción respecto a las prestaciones que se llevan a cabo, de modo que se pueda identificar y corregir las operaciones que no se están desarrollando eficientemente, se mejoren los procesos y se garantice que el usuario reciba el trato que se merece.

En las instituciones públicas el proceso de identificación de los causales que generan disconformidad debe ser una de las prioridades de parte de los jefes o encargados, puesto que el desarrollo de un servicio de calidad forma parte de uno de los objetivos que se pretenden lograr con la modernización del estado. En cuanto Villa y Gurung et al. (2017), hace mención que, en la gestión de reclamos el personal debe mostrar ciertas competencias, comportamientos y actitudes, las cuales se mencionan a continuación: la primera consiste en saber entender y escuchar el reclamo que expone el usuario independientemente que este sea expuesto de manera frontal o sea detallada a través de las plataformas virtuales que posee la institución; la segunda consiste en estudiar a detalle cuáles son los elementos, aspectos o indicadores en los que se está teniendo dificultades ya que esto permitirá establecer políticas y prácticas para contrarrestar las deficiencias y orientar los recursos suficientes para mejorar continuamente; la tercera hace referencia a derivar el reclamo al área correspondiente de tal forma que se pueda eliminar la alta burocracia y se genere soluciones a la brevedad posible, la última tiene que ver con brindar una respuesta concisa al cliente de manera que este conozca cuál es el resultado de su tramitación, es también

importante que en este último aspecto se desarrolla un feedback para asegurarse que el usuario ha entendido a cabalidad el mensaje

Además, el nivel de satisfacción del usuario, es medio en 55 %, bajo en 26 % y alto en 19 %, debido a que en la SUNARP las acciones del personal no ayudan a dar soluciones rápidas al usuario, el personal de la SUNARP no lo atendió con una actitud respetuosa, dicho resultado coinciden con Valverde y Hurel (2021) manifiestan que: la atención de los reclamos esta representa el área con más necesidades con respecto a una reformulación y una adaptación de acuerdo a las nuevas exigencias que plantea el entorno y los usuarios. De acuerdo al nuevo contexto desarrollado a raíz de la pandemia, resulta necesario que las entidades financieras reduzcan la atención presencial en sus sucursales, es por ello que se necesita la implementación de ciertos entornos virtuales para dar una atención al usuario, a fin de que éstos se encuentren satisfechos con las atenciones que se les brinda.

En cuanto Aristizábal (2020) se refiere que, de acuerdo a la información realizada se ha podido determinar el análisis de la satisfacción de acordé a 3 puntos fundamentales, donde estos 3 permiten conocer el grado de satisfacción de las personas atendidas dentro de las entidades y, a su vez, se permite observar las falencias o los puntos débiles que tienen a fin de plantear planes de mejora., bajo la misma línea Fernández et al. (2020), indica que, con respecto a la satisfacción de los usuarios, señalan que este es un concepto, a tomar en cuenta como una parte de las cogniciones y los afectos específicos de ciertas conductas y, a su vez son características y experiencias individuales donde se genera un determinado valor debido a la percepción de aquellos usuarios que hacen uso de los servicios que brinda una determinada entidad u organización, en ese mismo contexto Fernández et al. (2019) hace mención que: a través de la información se pudo señalar que la satisfacción del usuario es una respuesta actitudinal que el usuario tiene con respecto a un producto o un servicio que es otorgado a él.

Es por ello que resulta necesario que las entidades e instituciones desarrollen planes orientado a la obtención de la satisfacción de sus usuarios con respecto a aquellos servicios o bienes que entregan, y de esta manera tengan una buena percepción ante la Comunidad, en cuanto Del Águila (2021) se

refiere que, existe la presencia de una correlación de tipo positiva alta con respecto a las variables de investigación. Asimismo, se obtuvo que el 87,5% de los usuarios se encuentran satisfechos, con respecto a los niveles de satisfacción, los niveles predominantes fueron. Indiferente y poco satisfecho en un 30% cada uno, siendo esto los niveles predominantes, en cuanto Carta Magna (1993) contempla en su 65° la protección tanto del consumidor como del usuario, por lo cual es importante que se garantice una prestación de calidad, libre de errores con respecto a la entrega de productos y servicios que se ofrece dentro de las instalaciones públicas, también, es relevante que dentro de las entidades gubernamentales exista un proceso detallado de como el cliente puede expresar su reclamo o insatisfacción de manera que esté sea tomado en cuenta por las cabezas organizacionales y se resuelva oportunamente las contingencias que presenta.

Asimismo, se obtuvo que el 87,5% de los usuarios se encuentran satisfechos, con respecto a los niveles de satisfacción, los niveles predominantes fueron. Indiferente y poco satisfecho en un 30% cada uno, siendo esto los niveles predominantes- Dichos resultados coinciden con Tejada (2020) se refiere que se pudo inferir la relación de manera significativa entre las variables. Asimismo, mediante la prueba de Spearman, se ha podido obtener una relación media positiva, esto ha permitido determinar que, ante el incremento de la calidad del servicio, éste repercutirá de manera positiva con respecto a la satisfacción de los usuarios. A su vez, se determinó que con respecto a la satisfacción este tiene un nivel regular en un 52,9%, siendo este el valor más predominante., en cuanto Gaviria (2021) hace mención que, en base a los datos que se han obtenido se ha determinado que el 90.8% de la satisfacción que experimentan las personas dentro de la institución se debe a la calidad de los servicios ofertados dentro del hospital. Así mismo, se obtuvo que la calidad en las prestaciones posee una relación positiva alta con respecto a la variable satisfacción, la misma que se ve repercutirá en un nivel alto en un 36%.

VI. CONCLUSIONES

- 6.1.** Existe relación significativa entre la gestión de reclamos y la satisfacción del usuario en la Sunarp, sede Tarapoto - 2022, ya que el análisis estadístico de Rho de Spearman fue de 0,978 (correlación positiva muy alta) y un p valor igual a 0,000 ($p\text{-valor} \leq 0.01$); además, solo el 95.65 % de la gestión de reclamos influye en la satisfacción del usuario.
- 6.2.** El nivel de gestión de reclamos, es medio en 59 %, bajo en 30 % y alto en 11 %, debido a que la SUNARP no expone en un lugar visible el libro de reclamaciones el cual está a disposición de los usuarios, la SUNARP no explica a los usuarios los diferentes pasos a seguir para plantear los reclamos.
- 6.3.** El nivel de satisfacción del usuario, es medio en 55 %, bajo en 26 % y alto en 19 %, debido a que en la SUNARP las acciones del personal no ayudan a dar soluciones rápidas al usuario, el personal de la SUNARP no lo atendió con una actitud respetuosa.
- 6.4.** Existe relación significativa entre las dimensiones de la gestión de reclamos y la satisfacción del usuario en la Sunarp, sede Tarapoto - 2022, ya que el análisis estadístico de Rho de Spearman fue de 0.968, 0.949, 0.966 y 0.943 (correlación positiva muy alta); y un p valor igual a 0,000 ($p\text{-valor} \leq 0.01$); en todas las correlaciones.

VII. RECOMENDACIONES

- 7.1.** Al jefe de la Sunarp, sede Tarapoto, dotar a la oficina de atención de reclamos dentro de la institución, personal preparado y capacitado sobre la gestión de reclamos de tal modo que se pueda brindar soluciones eficientes y en menor tiempo a los usuarios externos y con ello se genere un mayor índice de satisfacción.

- 7.2.** Al jefe de la Sunarp, sede Tarapoto, establecer protocolos de atención de reclamos de manera que el usuario tenga conocimiento sobre los pasos que son parte de este proceso y se genere un concepto real del tiempo que tomará resolver el inconveniente. De igual manera, poner en funcionamiento canales de atención de reclamos alternativos ya sean estos físicos como virtuales para que los usuarios tengan mayores alternativas a la hora de emitir su queja o inconveniente.

- 7.3.** Al jefe de la Sunarp, sede Tarapoto, velar por la operatividad eficiente de los equipos y recursos tecnológicos en pos de evitar retrasos en la atención y que los usuarios se encuentren conformes con la atención que brinda el personal, asimismo, ofrecer las condiciones físicas necesarias para incrementar la comodidad del usuario en el establecimiento.

- 7.4.** Al jefe de la Sunarp, sede Tarapoto, concientizar al personal sobre la importancia de manejar adecuadamente las quejas que presentan los usuarios ofreciendo un trato amable, rápido e individualizado. Asimismo, ejecutar talleres de capacitación en aras de que el personal posea los conocimientos necesarios para verificar la viabilidad del reclamo impuesto por el usuario externo.

REFERENCIAS

- Alhaj, A., Khalid, A. & Elbashir, H. (2016). The Impact of Administrative Management's Quality on Improving Local Government in Khartoum an Applied Study on Karary Locality. (artículo científico) *European Journal of Business and Management*, 8(26), 1- 15.
<https://www.semanticscholar.org/paper/TheImpact-of-Administrative-Management%27s-Quality-AbdulrahimElbashir/fcbd639044feaefe3bc7f50ac52aae02352b05ee>
- Amu, H. & Nyarko, S. (2019). Satisfaction with maternal Healthcare services in the ketu south municipality, Ghana: A Qualitative case study Hindawi. (artículo científico)
<https://downloads.hindawi.com/journals/bmri/2019/2516469.pdf>
- Arias, J. (2020). Proyecto de tesis. Guía para la elaboración. Concytec.
<http://repositorio.concytec.gob.pe/handle/20.500.12390/2236>
- Arias, J. (2021). Técnicas e instrumentos de investigación científica para ciencias administrativas, aplicadas, artísticas y humanas. Concytec.
<https://repositorio.concytec.gob.pe/handle/20.500.12390/2238>
- Aristizábal, H. (2020) Methodological Proposal for Measuring the Satisfaction of Mobile Internet Users in Colombia. (artículo científico) *Signos*.
<https://www.redalyc.org/journal/5604/560465477006/560465477006.pdf>
- Becerril, I., Villa, G. (2018). Reestructuración del sistema de atención a quejas y reclamos. *Revista Ciencia Administrativa*, 2, 65-80.
<http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=2&sid=f34b7812-2201-4c02-a6c0-230d7773f940%40sdc-vsessmgr03&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZQ%3d%3d#AN=138598749&db=bth>
- Cabezas, E., Andrade, D. y Torres, J. (2018). Introducción a la metodología de la investigación científica. Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.

- [http://repositorio.espe.edu.ec/jspui/bitstream/21000/15424/1/Introduccion a la Metodología de la investigación científica.pdf](http://repositorio.espe.edu.ec/jspui/bitstream/21000/15424/1/Introduccion%20a%20la%20Metodologia%20de%20la%20investigacion%20cientifica.pdf)
- Camgöz, H., İmer, H. P., & Ergin, K. N. (2016). Internal customer satisfaction improvement with QFD technique. *Emeral*. (artículo científico) <http://academicrepository.khas.edu.tr/handle/20.500.12469/534>
- CONCYTEC. (2019). Código Nacional de la Integridad Científica. <https://portal.concytec.gob.pe/images/publicaciones/Codigo-integridad-cientifica.pdf>
- Constitución Política del Perú (1993). <http://www.pcm.gob.pe/wp-content/uploads/2013/09/Constitucion-Pol%C3%ADtica-del-Peru-1993.pdf>
- Cruz, I. y Galán., J. (2019). Determinants of consumer complaint behavior in Mexico (artículo científico) *Acta Universitaria*, 29, e2076. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-62662019000100160
- Culqui, M., Cieza, A., Puican, V. y Callao, M.(2021) The quality of service in the attention of complaints to users of public institutions in Peru. (artículo científico) *Universidad Cesar Vallejo*. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/1287/1760>
- Decreto Supremo N° 006-2014-PCM. Decreto Supremo que modifica el Reglamento del Libro de Reclamaciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor aprobado por Decreto Supremo N° 011-2011-PCM. El peruano. <https://www.consumidor.gob.pe/documents/51084/123357/DS-N-006-2014-PCM/5934d58a-4406-4e58-aad5-db4d2acf6274>
- Decreto Supremo N° 007-2020-PCM. Decreto Supremo que establece disposiciones para la gestión de reclamos en las entidades de la Administración Pública. <https://spij.minjus.gob.pe/spij-extweb/detallenorma/H1253129>

Del Águila, M. (2021) Percepción de la calidad de atención y nivel de satisfacción del usuario en la consulta externa en el Hospital II-2 - Tarapoto – San Martín – 2016. (Tesis de maestría) Universidad César Vallejo, Tarapoto, Perú.
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/59856/Del%
%c3%81guila_DMDP-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/59856/Del%c3%81guila_DMDP-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Edmonds, A., & Kennedy, T. (2017). An applied guide to research designs: quatitative, qualitative, and mixed methods [Una guía aplicada a los diseños de investigación: métodos cuantitativos, cualitativos y mixtos]. California: SAGE.
http://www.healthindisasters.com/images/Books/An_Applied_Guide_to_Research.pdf

Fernández, C., Antiñire, B. y De la Hoz, V. (2020) Self-Efficacy and Satisfaction of Patients with Type 2 Diabetes at a Chilean Health Care Center. (artículo científico) *Revista Cuidarte*.
<https://www.redalyc.org/journal/3595/359565318009/359565318009.pdf>

Fernández, D., Revilla, M, Kolevic, L., Cabrejos, I., Muchaypiña, I., Sayas, I., Chávez, L. y Mamani, V. (2019) Organizational climate and satisfaction of the external user in the hospitalization services of the Instituto Nacional de Salud del Niño, 2017. (artículo científico) *Anales de la Facultad de Medicina*.
http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1025-55832019000200009&lang=es

Fonseca, I., & Domingues, P. (2017). ISO 9901:2015 edition - management, quality and value. (artículo científico) *International Journal for Quality Research*, 11(1), 149-158. doi: 10.18421/IJQR11.01-09

Fredriksson, M., & Isaksson, R. (2018). Making sense of quality philosophies (artículo científico) *Total Quality Management & Business Excellence Journal*, 29, 1452-1465. doi.org/10.1080/14783363.2016.1266245

Fuentes, D. (2020). Metodología de la investigación: conceptos, herramientas y ejercicios prácticos en las ciencias administrativas y contables. UPB.

Guerrero, A. (2018). Propuesta de gestión de reclamos para mejorar el funcionamiento del libro de reclamaciones decreto supremo N° 042-2011/PCM en instituciones públicas de la ciudad de Chachapoyas, periodo 2015-2016. (tesis de posgrado). Universidad César Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/33485/guerrero_ga.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Gurung, G., Derrett, S., Gaulud, R. y Hill, P. (2017). Por qué los usuarios del servicio no se quejan ni tienen 'voz': un estudio de métodos mixtos del sistema rural de atención primaria de salud de Nepal. *Investigación de BMC Health Services*, 17.

Hallencreutz, J., & Parmler, J. (2019). Important drivers for customer satisfaction – from product focus to image and service quality. (artículo científico) *Gestión de la calidad total y excelencia empresarial*, 1-10. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14783363.2019.1594756>

Haming, M., Murdifin, I., Syaiful, A. Z., & Putra, A. H. (2019). The application of SERVQUAL distribution in measuring customer satisfaction of retails company. (artículo científico) *The Journal of Distribution Science*, 17(2), 25-34.

<https://www.koreascience.or.kr/article/JAKO201915658236448.page>

Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). Metodología de Investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGraw-Hill.

https://www.academia.edu/43982331/METODOLOG%C3%8DA_DE_LA_INVESTIGACI%C3%93N_LAS_RUTAS_CUANTITATIVA_CUALITATIVA_Y_MIXTA

Hernández, R. (2018). Metodología de la investigación. <https://academia.utp.edu.co/grupobasicoclinicayaplicadas/files/2013/06/Metodolog%C3%ADa-de-la-Investigaci%C3%B3n.pdf>

- Huaita, C. (2018). Relación de la gestión de quejas o reclamos y mejora de la satisfacción del usuario en la dirección del trabajo y promoción del empleo, Tarapoto 2018. (tesis de posgrado) Universidad César Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/26043/Huaita_RCPA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Izquierdo, J. (2021). The quality of service in public administration. (artículo científico) *Universidad Tecnológica del Perú* <http://revistas.uss.edu.pe/index.php/EMP/article/view/1648/2401>
- Jug, R., Jiang, X., & Bean, S. (2019). Giving and receiving effective feedback: a review article and how-to guide (artículo científico) *Archives of pathology & laboratory medicine*, 143(2), 244-250. doi.org/10.5858/arpa.2018-0058-RA
- Kadic, S., Boso, N., & Micevski, M. (2018). How internal marketing drive customer satisfaction in matured and maturing European markets?. (artículo científico) *Journal of Business Research*(86), 291-299. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296317303429>
- Mejía, E. (2015). Técnicas e instrumentos de investigación. Unidad de Post Grado de la Facultad de Educación de la UNMSM. <http://online.aliat.edu.mx/adistancia/InvCuantitativa/LecturasU6/tecnicas.pdf>
- MINSA. (2014). Encuesta de Satisfacción Aplicada en Usuarios Externos de Emergencia SERVQUAL. Perú. <http://www.hma.gob.pe/calidad/INFOR-15/SERVQUAL-14/SERVQUAL-EMERGENCIA-2014.pdf>
- Miranda, S., Tavares, P., & Queiró, R. (2018). Perceived service quality and customer satisfaction: A fuzzy set QCA approach in the railway sector. (artículo científico) *Journal of Business Research*, 89, 371-377. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296317305325>

- Nonhlanhla, N. (2017). An assessment of service quality and customer satisfaction at e thekwini Municipality: Water and sanitation unit (tesis de doctorado) *University of Kwazulu-Natal*.
https://ukzndspace.ukzn.ac.za/bitstream/handle/10413/18032/Nxumalo_Nonhlanhla_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OECD) (2020). Panorama de las Administraciones Públicas América Latina y el Caribe 2020. OECD. <https://doi.org/10.1787/1256b68d-es>
- Patricio, R. (2021). Gestión de quejas y reclamos y satisfacción del usuario en la gerencia regional de transportes y comunicaciones la Libertad, 2020. (tesis de posgrado). Universidad César Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/57056>
- Prakash, G., & Srivastava, S. (2019). Role of internal service quality in enhancing patient centricity and internal customer satisfaction. (artículo científico) *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*.
- Presidencia del Consejo de Ministros (2021). Gestión de reclamos en las entidades de la administración pública. Gobierno del Perú. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2076076/GESTIO%CC%81N%20DE%20RECLAMOS.pdf.pdf>
- Presidencia del Consejo de ministros (2021). Norma Técnica N° 001-2021-PCMSGP. Norma técnica para la gestión de reclamos en las entidades y empresas de la administración pública. <https://sgp.pcm.gob.pe/wpcontent/uploads/2021/01/NTR.001.2021.pdf>
- Reyes, S. (2021). Gestión de reclamos y satisfacción del usuario en el servicio de atención al ciudadano del INDECOPI, 2020. (tesis de posgrado) Universidad César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/56991>

- Ruiz, E. (2020). Control de quejas y reclamaciones. Elearning. https://books.google.com.pe/books?id=atnNDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gesti%C3%B3n+de+reclamaciones&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=gesti%C3%B3n%20de%20reclamaciones&f=false
- Ruiz, A., Valiente, Y., y Díaz, F. (2021) Management Complaints and claims system and its influence on the quality of medical care in an outpatient clinic Albrecht Hospital Trujillo. (artículo científico) *Revista ciencia y tecnología*.
<https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/PGM/article/view/3828>
- SGP (2019) Resolución N° 006-2019-PCM/SGP. Norma técnica para la gestión de la calidad de servicios en el sector público. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/296186/RSGP_N__006-2019-PCM-SGP.pdf
- Sheikh, M., & Waqas, A. (2019). A conceptual paper on SERVQUAL-Framework for assessing quality of Internet of things (IOT) (artículo científico) *Services. Sciedupress*, 10(5), 387-398. doi: <https://doi.org/10.5430/ijfr.v10n5p387>
- SUNARP (2021) Resolución N° 183-2021-SUNARP/GG. Directiva que regula el procedimiento de atención de reclamos en la SUNARP. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2018672/RES.%20183-2021-GG%20DIRECTIVA.pdf>
- Syahidul, S., Achmad, G. N., & Hudayah, S. (2020). Effect Of Internal Service Quality On Employee Satisfaction And Its Impact On Internal Customer Satisfaction Division Port Bontang Coal Terminal Pt Indominco Mandiri. (artículo científico) *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 4(4). <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR/article/view/1621>

- Tejada, J. (2020) Calidad de servicio y satisfacción en usuarios de la SUNARP Oficina Tarapoto, 2019. (tesis de posgrado). Universidad César Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/46349/Tejada_AJL-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Valenzo, M., Lázaro, D. & Martínez. J. (2019). Application of the SERVQUAL model to evaluate the quality in the transportation service in Morelia, Mexico (artículo científico). *DYNA*, 86(211), pp. 1-23. doi: 10.15446/dyna.v86n211.78368
- Van Dijk, D. & Schodl, M. (2017). Performance Appraisal and Evaluation [Evaluación y evaluación del desempeño]. En James D. Wright Ed. (artículo científico) *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 17, 716-721. doi: 10.1016/B978-0-08-097086-8.22034-5
- Valverde, D. y Hurel, G. (2021) Information security of claims in telework mode. (artículo científico) *Recimundo*. <https://www.recimundo.com/index.php/es/article/view/1374/1881>
- Verma, J. P. (2019). Research Design in Psychology. *In Statistics and Research Methods in Psychology with Excel*, 333-363. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-981-13-3429-0_9

ANEXOS

Matriz de operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Gestión de reclamos	<p>SUNARP (2021) establece los procedimientos para la recepción, derivación, seguimiento y atención de los reclamos de los usuarios, contribuyendo a lograr que la atención se caracterice por su homogeneidad y estandarización en ámbito nacional, a fin de mejorar la calidad del servicio que se ofrece.</p>	<p>La variable se definió de forma operacional ya que será medida a través de un cuestionario, el cual está elaborado en función a las dimensiones e indicadores.</p>	Registro del reclamo	Plataforma Digital Única del Estado Libro de Reclamaciones	Ordinal
			Atención y respuesta del reclamo	Plazo Tramite	
			Notificación de la respuesta	Medios electrónicos Notificación domiciliaria	
			Archivo del reclamo	Plataforma digital Custodia del libro de reclamaciones	
Satisfacción de usuarios	<p>SGP (2019) es un indicador de calidad de atención prestada en los servicios. Conocer el nivel de satisfacción permitirá mejorar falencias y reafirmar fortalezas a fin de desarrollar un sistema que brinde la atención de calidad que los usuarios demandan.</p>	<p>La variable se definió de forma operacional ya que será medida a través de un cuestionario, el cual está elaborado en función a las dimensiones e indicadores.</p>	Trato profesional	Acciones Actitudes Canales de atención	Ordinal
			Información	Lenguaje sencillo Comunicación clara	
			Tiempo	Periodo determinado Cumplimiento de plazos	
			Resultado de la gestión	Capacidad institucional Procedimientos	
			Accesibilidad	Infraestructura adecuada Horarios de atención	

			Confianza	Legitimidad de la institución	
--	--	--	-----------	-------------------------------	--

Matriz de consistencia

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Técnica e Instrumentos													
<p>Problema general</p> <p>¿Cuál es la relación entre la gestión de reclamos y la satisfacción del usuario en la Sunarp, sede Tarapoto 2022?</p> <p>Problemas específicos:</p> <p>¿Cuál es el nivel de gestión de reclamos del usuario en la Sunarp, sede Tarapoto 2022?</p> <p>¿Cuál es el nivel de satisfacción del usuario en la Sunarp, sede Tarapoto 2022?</p> <p>¿Cuál es la relación entre las dimensiones de la gestión de reclamos y la satisfacción del usuario en la Sunarp, sede Tarapoto 2022?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Determinar la relación entre la gestión de reclamos y la satisfacción del usuario en la Sunarp, sede Tarapoto 2022.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>Identificar el nivel de gestión de reclamos del usuario en la Sunarp, sede Tarapoto 2022.</p> <p>Identificar el nivel de satisfacción del usuario en la Sunarp, sede Tarapoto 2022.</p> <p>Conocer la relación entre las dimensiones de la gestión de reclamos y la satisfacción de del usuario en la Sunarp, sede Tarapoto 2022.</p>	<p>Hipótesis general</p> <p>Hi: Existe relación significativa entre la gestión de reclamos y la satisfacción del usuario en la Sunarp, sede Tarapoto 2022.</p> <p>Hipótesis específicas</p> <p>H1: El nivel de gestión de reclamos en la Sunarp, sede Tarapoto 2022, es alta.</p> <p>H2: El nivel de satisfacción de del usuario en la Sunarp, sede Tarapoto 2022, es alta.</p> <p>H3: Existe relación significativa entre las dimensiones de la gestión de reclamos y la satisfacción de del usuario en la Sunarp, sede Tarapoto 2022.</p>	<p>Técnica</p> <p>La técnica empleada en el estudio es la encuesta</p> <p>Instrumentos</p> <p>El instrumento empleado es el cuestionario</p> <p>Escala de medición</p> <p>Ordinal</p>													
Diseño de investigación	Población y muestra	Variables y dimensiones														
<p>El estudio de investigación es de tipo No Experimental, con diseño correlacional.</p> <p>Esquema:</p> <div style="text-align: center;"> <pre> graph TD M --> V1 M --> V2 V1 <--> r V2 </pre> </div> <p>Donde:</p>	<p>Población</p> <p>La población objeto de estudio, estuvo constituido por 200 usuarios de la SUNARP, oficina Tarapoto en el año 2022.</p> <p>Muestra</p> <p>La muestra del estudio estuvo conformada por 132 usuarios de la SUNARP, oficina Tarapoto en el año 2022</p>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%;">Variables</th> <th style="width: 50%;">Dimensiones</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3" style="text-align: center; vertical-align: middle;">Gestión de reclamos</td> <td>Registro del reclamo</td> </tr> <tr> <td>Atención y respuesta del reclamo</td> </tr> <tr> <td>Notificación de la respuesta</td> </tr> <tr> <td rowspan="4" style="text-align: center; vertical-align: middle;">Satisfacción de usuarios</td> <td>Archivo del reclamo</td> </tr> <tr> <td>Trato profesional</td> </tr> <tr> <td>Información</td> </tr> <tr> <td>Tiempo</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Resultado de la gestión</td> </tr> </tbody> </table>		Variables	Dimensiones	Gestión de reclamos	Registro del reclamo	Atención y respuesta del reclamo	Notificación de la respuesta	Satisfacción de usuarios	Archivo del reclamo	Trato profesional	Información	Tiempo		Resultado de la gestión
Variables	Dimensiones															
Gestión de reclamos	Registro del reclamo															
	Atención y respuesta del reclamo															
	Notificación de la respuesta															
Satisfacción de usuarios	Archivo del reclamo															
	Trato profesional															
	Información															
	Tiempo															
	Resultado de la gestión															

M = Muestra V ₁ = Calidad de atención V ₂ = Satisfacción del cliente interno r = Relación de las variables de estudio		Accesibilidad Confianza	
--	--	----------------------------	--

Instrumentos de recolección de datos

Cuestionario: Gestión de reclamos

Datos generales:

N° de cuestionario: Fecha de recolección:/...../.....

Introducción:

El presente instrumento tiene como objetivo recabar información acerca de la gestión de reclamos. Lea atentamente cada ítem y seleccione una de las alternativas, la que sea la más apropiada para Usted, seleccionando del 1 a 5, que corresponde a su respuesta. Además, debe marcar con un aspa la alternativa elegida. Asimismo, no existen respuestas “correctas” o “incorrectas”, ni respuestas “buenas” o “malas”. Solo se solicita honestidad y sinceridad de acuerdo a su percepción. Finalmente, la respuesta que vierta es totalmente reservada y se guardará confidencialidad y marque todos los ítems.

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

N°	Criterios de evaluación	Opciones de respuesta				
		1	2	3	4	5
Registro del reclamo						
1	La SUNARP expone en un lugar visible el libro de reclamaciones, el cual está a disposición de los usuarios					
2	La SUNARP explica a los usuarios lo diferentes los pasos a seguir para plantear los reclamos.					
3	La SUNARP explica al usuario el uso de la plataforma digital para el registro de su reclamo.					
4	La SUNARP banda un adecuado acceso a la plataforma para que el usuario haga sus reclamos					
Atención y respuesta del reclamo						
5	El personal de la SUNARP actuó de acorde a su proceso de gestión de reclamos					

6	El personal de la SUNARP le explica todo el proceso que se realizara respecto al reclamo planteado.					
7	El personal de la SUNARP le ha señalado los plazos de atención en referencia a su reclamo.					
Notificación de la respuesta						
8	El personal de la SUNARP le explicó las normativas en cuanto al proceso de atención de reclamos.					
9	El personal de la SUNARP le comunicó cuales las formas de notificación.					
10	El personal de la SUNARP se mostró presto a apoyarlo para que pueda realizarse una notificación adecuada.					
11	El personal de la SUNARP le notificó dentro del plazo establecido por la normativa vigente.					
12	El personal de la SUNARP le brindo soluciones dentro del plazo establecido					
Archivo del reclamo						
13	El personal de la SUNARP le comunico los procesos de archivamiento de sus reclamos					
14	El personal de la SUNARP le puso en conocimiento acerca del tiempo de respuesta al archivamiento de su reclamo por las plataformas virtuales					
15	El personal de la SUNARP le explico el proceso de su reclamo que realizo mediante el libro de reclamaciones					

Fuente: Adaptado de Culqui et al. (2021). The quality of service in the attention of complaints to users of public institutions in Peru.

Cuestionario: Satisfacción del usuario

Datos generales:

Nº de cuestionario: Fecha de recolección:/...../.....

Introducción:

El presente instrumento tiene como objetivo recabar información acerca de la satisfacción del usuario. Lea atentamente cada ítem y seleccione una de las alternativas, la que sea la más apropiada para Usted, seleccionando del 1 a 5, que corresponde a su respuesta. Además, debe marcar con un aspa la alternativa elegida. Asimismo, no existen respuestas “correctas” o “incorrectas”, ni respuestas “buenas” o “malas”. Solo se solicita honestidad y sinceridad de acuerdo a su percepción. Finalmente, la respuesta que vierta es totalmente reservada y se guardará confidencialidad y marque todos los ítems.

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

Nº	Criterios de evaluación	Opciones de respuesta				
		1	2	3	4	5
Trato profesional						
1	En la SUNARP las acciones del personal ayudan a dar soluciones rápidas al usuario					
2	El personal de la SUNARP lo atendió con una actitud respetuosa.					
3	Los canales de atención de la SUNARP son accesibles para los usuarios					
Información						
4	La información que se brindo fue oportuna y sencilla de entender					
5	El personal de la SUNARP le comunica mediante sus plataformas el estado de sus tramites					
6	El personal de la SUNARP le facilita el acceso a la información solicitada.					

Tiempo					
7	El personal de la SUNARP respeta los plazos establecido para sus diversos procesos.				
8	El personal de la SUNARP le pone de conocimiento cual es el plazo respectivo para el tramite que esta realizando.				
9	El personal de la SUNARP le explica el por que existe demora en sus procesos				
Resultado de la gestión					
10	El personal de la SUNARP responde favorablemente a los requerimientos hechos por su persona				
11	El personal de la SUNARP cuenta con capacidad el cumplimiento de los tramites realizados				
12	El personal de la SUNARP le explica sobre ls procedimientos que se tienen que realizar durante su tramite.				
Accesibilidad					
13	Considera que la SUNARP cuenta con una infraestructura adecuada para brindar la atencion debida.				
14	Considera que los horarios que tiene la SUNARP para la atencion de sus usuarios es la adecuada.				
15	Considera que los canales de atencion (virtual y presencial) que tiene la SUNARP son los adecuados				
Confianza					
16	Los proceso que ejecuta la SUNARP le generan confianza a ud como usuario				
17	Considero que los procesos de inscripcion que ejecuta la SUNARP estan de acorde a la normativa vigente.				
18	El personal SUNARP que lo atendio le inspira seguridad y confianza en sus tramites				

Fuente: Adaptado de Tejada (2020). Calidad de servicio y satisfacción en usuarios de la SUNARP Oficina Tarapoto.

Validez de instrumento

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Dr. Keller Sánchez Dávila
 Institución donde labora : Escuela de Posgrado Universidad César Vallejo - Tarapoto
 Especialidad : Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad
 Instrumento de evaluación : Cuestionario: Gestión de Reclamos.
 Autor del instrumento : Wendy Juleysi Macedo Meléndez.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Gestión de Reclamos en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.				X	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Gestión de Reclamos				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable: Gestión de Reclamos de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.				X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Gestión de Reclamos.					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.				X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.				X	
PUNTAJE TOTAL		44				

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

Instrumento coherente y aplicable

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

4.4

Tarapoto, 06 de junio de 2022

II. INFORME DE OPINIÓN
 DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del ex


 Dr. Keller Sánchez Dávila
 DOCENTE POS GRADO

STIGACIÓN CIENTÍFICA

Institución donde labora : Escuela de Posgrado Universidad César Vallejo - Tarapoto
 Especialidad : Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad
 Instrumento de evaluación : Cuestionario: Satisfacción del Usuario.
 Autor del instrumento : Wendy Juleysi Macedo Meléndez.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Satisfacción del Usuario en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.				X	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Satisfacción del Usuario.				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable: Satisfacción del Usuario de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.				X	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				X	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable Satisfacción del Usuario.				X	
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.				X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
PUNTAJE TOTAL		44				

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)


IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

Instrumento coherente y aplicable

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

4.4

Tarapoto, 06 de junio de 2022



Dr. Keller Sánchez Dávila
DOCENTE POS GRADO

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

III. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Dr. Víctor Daniel Coral Perez.

Institución donde labora : Notario Público.

Especialidad : Derecho Civil y Comercial.

Instrumento de evaluación : Cuestionario: Satisfacción del Usuario.

Autor del instrumento : Wendy Juleysi Macedo Meléndez.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Satisfacción del Usuario en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.				X	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Satisfacción del Usuario.					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable: Satisfacción del Usuario de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.				X	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.				X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				X	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable Satisfacción del Usuario.					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.				X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.				X	
PUNTAJE TOTAL		42				

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

V. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

Instrumento coherente y aplicable

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 4.2

Tarapoto, 06 de junio de 2022

Dr. VICTOR D. CORAL PÉREZ
Abogado Notario
Registro CNS: 032

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA
IV. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Dr. Victor Daniel Coral Perez.
 Institución donde labora : Notario Público.
 Especialidad : Derecho Civil y Comercial
 Instrumento de evaluación : Cuestionario: Gestión de Reclamos.
 Autor del instrumento : Wendy Juleysi Macedo Meléndez.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Gestión de Reclamos en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.				X	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Gestión de Reclamos					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable: Gestión de Reclamos de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.				X	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				x	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.				X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				x	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Gestión de Reclamos.					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.				X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.				X	
PUNTAJE TOTAL					42	

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

VI. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

Instrumento coherente y aplicable

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

4.2

Tarapoto, 06 de junio de 2022

D. VICTOR L. CORAL PÉREZ
 Abogado Notario
 Registro CNSi: 032

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

V. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Monsefu Montenegro Luis Miguel.

Institución donde labora : Dirección Regional de Agricultura.

Especialidad : Gestión Pública.

Instrumento de evaluación : Cuestionario: Gestión de reclamos.

Autor del instrumento : Wendy Juleysi Macedo Meléndez.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Satisfacción del Usuario en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Satisfacción del Usuario.					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable: Satisfacción del Usuario de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.				X	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.				X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				X	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable Satisfacción del Usuario.					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.				X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.				X	
PUNTAJE TOTAL		43				

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

VII. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

Instrumento coherente y aplicable

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

4.3

Tarapoto, 06 de junio de 2022

DNI N°71874720

Mg. Luis Miguel Monsefu Montenegro

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

VI. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Monsefú Montenegro Luis Miguel.
 Institución donde labora : Dirección Regional de Agricultura.
 Especialidad : Gestión Pública.
 Instrumento de evaluación : Cuestionario: Satisfacción del Usuario.
 Autor del instrumento : Wendy Juleysi Macedo Meléndez

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					x
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Gestión de Reclamos en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.				X	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Gestión de Reclamos					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable: Gestión de Reclamos de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.				X	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				x	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.				X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					x
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Gestión de Reclamos.					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.				X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.				X	
PUNTAJE TOTAL		44				

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

VIII. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

Instrumento coherente y aplicable

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

4.4

Tarapoto, 06 de junio de 2022



DNI N°71874720

Mg. Luis Miguel Monsefú Montenegro

AUTORIZACION DE LA INSTITUCIÓN



PERÚ

Ministerio
de Justicia
y Derechos Humanos

Superintendencia Nacional
de los Registros Públicos

Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres
"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

Moyobamba, 08 de julio de 2022.

CARTA N°00009-2022-SUNARP/ZRIII/JEF

Srta:

WENDY JULEYSI MACEDO MELÉNDEZ

Estudiante de la Escuela de Posgrado de la UCV – Filial Tarapoto

Correo Electrónico: wendyjmacedo@gmail.com

Presente.-

Asunto: Autorización para realizar trabajo de investigación en Oficina Registral de Tarapoto de la Zona Registral N°III – Sede Moyobamba

Referencia: Solicitud S/N del 04.07.2022 (E-12-2022-05920)

De mi especial consideración:

Por la presente y en atención a su solicitud presentada mediante documento de la referencia, comunicarle que la misma ha sido acogida y se autoriza la realización del trabajo de investigación Titulado: **"GESTIÓN DE RECLAMOS Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN LA SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE LOS REGISTROS PÚBLICOS, SEDE TARAPOTO 2022."**, para lo cual nuestra Entidad le brindará las facilidades para la aplicación de instrumentos de investigación y recopilación de información (previa evaluación) que sea necesaria para el desarrollo del mencionado trabajo de investigación.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente.



Firmado digitalmente por:
URUETA MERCIE Aberto
Augusto FAU 20285139415 hard
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 08/07/2022 11:29:58-0500

Firmado digitalmente

ALBERTO A. URUETA MERCIE

Jefe Zonal

Zona Registral N°III- Sede Moyobamba
SUNARP

Base de datos

V1: Gestión de reclamos

Nº	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	TOTAL
1	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	38
2	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	51
3	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	18
4	1	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1	2	2	24
5	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	51
6	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	26
7	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
8	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	39
9	4	4	5	3	3	4	4	4	1	3	4	4	4	4	5	56
10	5	4	5	4	5	5	4	4	1	5	5	4	5	4	5	65
11	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	63
12	3	2	4	3	2	3	2	2	4	2	3	2	3	2	4	41
13	2	3	2	2	2	2	3	3	4	2	2	3	2	3	2	37
14	4	3	4	2	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	51
15	2	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	26
16	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	38
17	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	51
18	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	18
19	1	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1	2	2	24
20	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	51
21	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	38
22	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	51
23	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	18
24	1	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1	2	2	24
25	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	51
26	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	26
27	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
28	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	39
29	4	4	5	3	3	4	4	4	1	3	4	4	4	4	5	56
30	5	4	5	4	5	5	4	4	1	5	5	4	5	4	5	65
31	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	63
32	3	2	4	3	2	3	2	2	4	2	3	2	3	2	4	41
33	2	3	2	2	2	2	3	3	4	2	2	3	2	3	2	37
34	4	3	4	2	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	51
35	2	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	26
36	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	38
37	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	51
38	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	18
39	1	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1	2	2	24

40	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	51
41	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	38
42	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	51
43	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	18
44	1	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1	2	2	24
45	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	51
46	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	26
47	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
48	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	39
49	4	4	5	3	3	4	4	4	1	3	4	4	4	4	5	56
50	5	4	5	4	5	5	4	4	1	5	5	4	5	4	5	65
51	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	63
52	3	2	4	3	2	3	2	2	4	2	3	2	3	2	4	41
53	2	3	2	2	2	2	3	3	4	2	2	3	2	3	2	37
54	4	3	4	2	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	51
55	2	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	26
56	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	38
57	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	51
58	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	18
59	1	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1	2	2	24
60	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	51
61	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	38
62	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	51
63	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	18
64	1	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1	2	2	24
65	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	51
66	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	26
67	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
68	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	39
69	4	4	5	3	3	4	4	4	1	3	4	4	4	4	5	56
70	5	4	5	4	5	5	4	4	1	5	5	4	5	4	5	65
71	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	63
72	3	2	4	3	2	3	2	2	4	2	3	2	3	2	4	41
73	2	3	2	2	2	2	3	3	4	2	2	3	2	3	2	37
74	4	3	4	2	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	51
75	2	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	26
76	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	38
77	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	51
78	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	18
79	1	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1	2	2	24
80	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	51
81	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	38
82	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	51
83	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	18

128	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	39
129	4	4	5	3	3	4	4	4	1	3	4	4	4	4	5	56
130	5	4	5	4	5	5	4	4	1	5	5	4	5	4	5	65
131	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	63
132	3	2	4	3	2	3	2	2	4	2	3	2	3	2	4	41

28	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	47
29	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	73
30	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	83
31	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	74
32	2	3	2	3	2	4	3	2	2	4	3	2	2	3	2	3	2	4	48
33	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	43
34	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	63
35	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	33
36	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	1	2	2	2	3	2	3	3	44
37	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	1	3	4	3	3	3	3	4	57
38	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	2	1	1	1	1	1	23
39	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	4	3	1	1	2	1	2	2	32
40	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	62
41	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	47
42	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	59
43	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	20
44	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	28
45	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	61
46	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	30
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
48	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	47
49	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	73
50	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	83
51	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	74
52	2	3	2	3	2	4	3	2	2	4	3	2	2	3	2	3	2	4	48
53	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	43
54	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	63
55	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	33
56	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	1	2	2	2	3	2	3	3	44

57	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	1	3	4	3	3	3	3	4	57
58	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	2	1	1	1	1	1	23
59	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	4	3	1	1	2	1	2	2	32
60	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	62
61	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	47
62	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	59
63	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	20
64	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	28
65	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	61
66	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	30
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
68	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	47
69	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	73
70	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	83
71	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	74
72	2	3	2	3	2	4	3	2	2	4	3	2	2	3	2	3	2	4	48
73	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	43
74	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	63
75	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	33
76	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	1	2	2	2	3	2	3	3	44
77	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	1	3	4	3	3	3	3	4	57
78	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	2	1	1	1	1	1	23
79	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	4	3	1	1	2	1	2	2	32
80	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	62
81	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	47
82	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	59
83	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	20
84	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	28
85	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	61

86	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	30
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
88	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	47
89	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	73
90	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	83
91	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	74
92	2	3	2	3	2	4	3	2	2	4	3	2	2	3	2	3	2	4	48
93	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	43
94	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	63
95	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	33
96	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	1	2	2	2	3	2	3	3	44
97	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	1	3	4	3	3	3	3	4	57
98	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	2	1	1	1	1	1	23
99	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	4	3	1	1	2	1	2	2	32
100	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	62
101	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	47
102	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	59
103	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	20
104	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	28
105	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	61
106	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	30
107	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
108	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	47
109	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	73
110	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	83
111	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	74
112	2	3	2	3	2	4	3	2	2	4	3	2	2	3	2	3	2	4	48
113	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	43
114	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	63

115	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	33
116	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	1	2	2	2	3	2	3	44
117	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	1	3	4	3	3	3	4	57
118	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	2	1	1	1	1	23
119	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	4	3	1	1	2	1	2	32
120	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	62
121	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	47
122	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	59
123	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	20
124	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	28
125	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	61
126	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2	30
127	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
128	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	47
129	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	73
130	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	83
131	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	74
132	2	3	2	3	2	4	3	2	2	4	3	2	2	3	2	3	2	48



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, ENCOMENDEROS BANCALLAN IVO MARTIN, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TARAPOTO, asesor de Tesis titulada: "Gestión de reclamos y satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de Registros Públicos, sede Tarapoto - 2022", cuyo autor es MACEDO MELÉNDEZ WENDY JULEYSI, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

TARAPOTO, 13 de Julio del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
ENCOMENDEROS BANCALLAN IVO MARTIN DNI: 17623582 ORCID 0000-0001-5490-0547	Firmado digitalmente por: IENCOMENDEROS el 17- 08-2022 10:03:30

Código documento Trilce: TRI - 0340071